Niveau(x) d'enseignement : 5 Numéro EDUQ : 9570240
Centre d'intérêt : 872

Corbeil, Yves.

Sensibilisation à l'entrepreneurship : trousse pédagogique : guide de l'animateur et de l'animatrice / [recherche et rédaction, Yves Corbeil, Sylvie Laferté en collaboration avec Pierrette Trudel... et al.]. -- Version expérimentale. -- Montréal : Ministère de l'éducation, Direction générale de la formation professionnelle et technique, 1994.
v, 81 p. ; 28 cm.

La couv. porte en outre: 15 heures; La formation professionnelle et technique. Code: 17-9924-1. Bibliogr. : p. 80-81.

Vedette(s)-secondaire(s): Laferté, Sylvie * Québec (Province). Ministère de l'éducation. Direction générale de la formation professionnelle et technique

Descripteur(s): Entreprise * Gestion * Formation professionnelle * Environnement * Activité d'apprentissage * Guide * Secondaire (Ordre d'enseignement) * Collégial (Ordre d'enseignement)

Identificateur(s) de sujet: Entrepreneurship * Entrepreneur

Cette trousse propose aux animateurs onze activités susceptibles de faire découvrir aux participants le monde de l'entrepreneurship. Ces activités comprennent des stratégies et moyens pédagogiques, des textes d'information, exercices et renseignements multiples. Elles sont regroupées en cinq blocs. Le premier permet aux participants de faire connaissance avec des entrepreneurs. Le deuxième explore les façons de trouver le domaine d'activité ou l'idée d'entreprise qui permettra à l'entrepreneur en herbe de réaliser son rêve. Le troisième amène les participants à établir leur propre profil entrepreneurial et à découvrir les étapes à franchir avant de se lancer en affaires. Le quatrième présente l'environnement dans lequel évoluent l'entrepreneur et son entreprise. Enfin, le dernier contient l'activité de synthèse.

TROUSSE PÉDAGOGIQUE

GUIDE DE L'ANIMATEUR
OU DE L'ANIMATRICE

Sensibilisation à *l'entrepreneurship*

(15 heures)

FORMATION PROFESSIONNELLE et TECHNIQUE

AOÛT 1994

Version expérimentale

Québec

704865

95-70240

SENSIBILISATION À L'ENTREPRENEURSHIP

Trousse pédagogique

Guide de l'animateur et de l'animatrice

Version expérimentale
Août 1994

Ministère de l'Éducation
Direction générale de la
formation professionnelle
et technique

X07048651

Recherche et rédaction :
Yves Corbeil, Intervex inc., Commission scolaire des Laurentides
Sylvie Laferté, consultante en entrepreneuriat, Cap-de-la-Madeleine

En collaboration avec :
Pierrette Trudel, Institut d'entrepreneuriat du Cégep de Granby-Haute Yamaska
Gilles Bourdeau, consultant, École des hautes études commerciales, Chaire d'entrepreneurship Maclean Hunter
Roger Blanchette, consultant en formation, Montréal
Fernande Asselin, consultante en communication, Montréal

Direction du projet :
Jules Desrosiers, Direction générale de la formation professionnelle et technique, ministère de l'Éducation

Production :
Direction générale de la formation professionnelle et technique
Direction de la formation continue
Francine Sénécal, directrice

© 1994 Gouvernement du Québec
Ministère de l'Éducation
Direction générale de la formation professionnelle et technique
600, rue Fullum, 7e étage
Montréal (Québec)
H2K 4L1
Téléphone : (514) 873-0029
Télécopieur : (514) 864-1612

La présente mesure de sensibilisation à l'entrepreneurship s'adresse à l'ensemble des élèves de la formation professionnelle et technique. Elle n'a cependant pas pour but de faire de chacun un entrepreneur ou un travailleur indépendant, ce qui ne correspondrait pas à la réalité. De façon plus réaliste, son but est de permettre à l'élève d'avoir un bon aperçu de ce que représente l'entrepreneurship comme carrière; il pourra ainsi faire, en temps voulu, un choix professionnel mieux éclairé. Soulignons les deux éléments suivants en faveur de la sensibilisation à l'entrepreneurship :

1- un grand nombre de diplômés de la formation professionnelle et technique travailleront à leur propre compte; certains créeront même une entreprise et il s'agit là d'une tendance qui va en augmentant;

2- plusieurs des qualités attribuées à l'entrepreneur sont des atouts aussi pour un employé puisqu'elles sont très recherchées par les employeurs.

Dans ce document, le masculin générique est employé sans aucune discrimination.

Remerciements

L'idée originale de la trousse pédagogique et de son contenu ont été conçus grâce à la collaboration de deux comités aviseurs composés d'experts reconnus en matière de formation à l'entrepreneurship.

Comité aviseur pour le collégial :

Monique Dubuc de la Fondation de l'entrepreneurship
Louise Godbout du cégep de Limoilou
Jean-Guy Paré du Centre d'entrepreneuriat du Cœur du Québec
Gaétan Roy du cégep de Rimouski
Pierrette Trudel du cégep de Grandby - Haute-Yamaska

Comité aviseur pour le secondaire :

Denis Bordeleau de la Commission des écoles catholiques du Québec
Yves Corbeil de la Commission scolaire des Laurentides
Lucien Legault du ministère de l'Éducation
Alain Potvin de la Commission scolaire de la Vallé-de-la-Matapédia
Yves Richard de la Commission scolaire Harricana

Avis aux aventuriers!

Dans un souci d'amélioration constante de la qualité de ses productions, la Direction générale de la formation professionnelle et technique vous invite à lui faire part de vos commentaires et suggestions sur la série d'activités de sensibilisation à l'entrepreneurship.

Deux études seront menées en 1994-1995; l'une portera sur les améliorations à apporter à la trousse et l'autre sur les initiatives internes en matière de sensibilisation à l'entrepreneurship que vous aurez substituées à celles qui sont proposées dans la trousse.

N'hésitez surtout pas à nous communiquer votre évaluation de la trousse ou à nous faire connaître des outils ou des activités supplémentaires.

Merci!

Introduction

Soyez les bienvenus au coeur de l'aventure de l'*entrepreneurship!* Vous commencez ici un voyage qui vous permettra de prendre contact avec un monde où la créativité, le dynamisme et l'énergie règnent en maître. Vous y ferez connaissance avec des gens d'action qui ont pris en main leur destinée. Vous y trouverez des stratégies et des moyens qui vous permettront de susciter l'intérêt des élèves pour un choix de carrière qui, même s'il n'a rien de nouveau en soi, est souvent oublié par ceux-ci quand ils planifient leur cheminement de carrière : l'entrepreneurship.

L'entrepreneurship est plus qu'une mode, c'est un style de vie et un ensemble de valeurs qui permettent à une personne de se prendre en main, de créer son emploi en créant sa propre entreprise, si petite soit-elle, ou en créant son propre emploi dans une organisation déjà existante. L'entrepreneurship représente donc un sujet qui se doit d'être traité avec des élèves qui s'apprêtent à faire leur entrée sur le marché de l'emploi ou à faire un choix de carrière.

> Afin d'alléger le texte, dorénavant les élèves seront désignés sous le vocable de «participants», alors que les personnes à qui on a confié la responsabilité d'organiser la sensibilisation le seront sous celui d'«animateur».

En résumé

Les auteurs sont heureux de vous offrir, dans une *trousse pédagogique* complète, les outils nécessaires pour vous permettre de faire découvrir un monde nouveau aux participants. Il y est proposé *onze activités*, d'une durée totale de *quinze heures*. La trousse est composée d'un *guide de l'animateur*, d'un *journal de bord* pour le participant auxquels s'ajoutent des *reportages* que vous trouverez auprès de la Direction générale de la formation professionnelle et technique (DGFPT) ou auprès du responsable de la médiathèque de votre établissement d'enseignement. Vous y trouverez aussi deux *vidéos* qui sont disponibles auprès de ces mêmes sources ou auprès de la Fondation de l'entrepreneurship.

Les activités contenues dans la trousse pédagogique sont le résultat de l'expérience et de l'expertise, sur le terrain, de personnes-ressources en entrepreneurship. Elles sont présentées dans un ordre qui respecte la démarche habituelle des entrepreneurs lorsqu'ils décident de créer leur entreprise. Cependant, vous pouvez remplacer l'une ou l'autre des activités proposées par une initiative interne, par une activité de votre cru ou par une activité qui a lieu dans votre milieu et qui vise à atteindre les mêmes objectifs (journée de l'entrepreneurship, colloque, visite d'entreprise, etc.).

La démarche proposée regroupe les onze activités en cinq blocs. Le premier bloc (deux activités) permet aux participants de faire connaissance avec des entrepreneurs. Le deuxième bloc (deux activités) explore les façons de trouver le domaine d'activité ou l'idée d'entreprise qui permettra à l'entrepreneur en herbe de réaliser son rêve. Le troisième bloc (trois activités) amène les participants à établir

leur propre profil entrepreneurial et à découvrir les étapes à franchir avant de se lancer en affaires. Ensuite, le quatrième bloc (trois activités) présente l'environnement dans lequel évoluent l'entrepreneur et son entreprise. Enfin, le cinquième bloc contient l'activité de synthèse.

Tableau 1
Les activités de sensibilisation à l'entrepreneurship

Bloc / activité	But	Durée
bloc 1 Des entrepreneurs		**3 heures**
Activité 1.1 La vidéo La passion de bâtir	Présenter des témoignages d'entrepreneurs qui personnifient des modèles accessibles.	90 minutes
Activité 1.2 Une rencontre avec un entrepreneur	Démystifier l'entrepreneur, en faire une personne accessible venant du milieu même des participants.	90 minutes
Bloc 2 Des domaines... et des idées		**3,5 heures**
Activité 2.1 L'entrepreneurship dans un domaine privilégié	Explorer l'entrepreneurship dans le champs d'études des participants.	90 minutes
Activité 2.2 Comment trouver une idée d'entreprise	Prendre connaissance des diverses façons de trouver une idée d'entreprise et les intégrer.	120 minutes
Bloc 3 Moi... entrepreneur?		**4 heures**
Activité 3.1 Le profil de l'entrepreneur... et le mien	Prendre connaissance de ses propres caractéristiques entrepreneuriales, et les évaluer.	90 minutes
Activité 3.2 De la bonne idée à la bonne affaire	Expérimenter la démarche qui mène à l'élaboration d'un plan d'affaires.	90 minutes
Activité 3.3 La vidéo Du cœur à l'ouvrage	Valider et enrichir la démarche d'élaboration d'un plan d'affaires expérimentée à l'étape précédente.	60 minutes
Bloc 4 L'environnement de l'entreprise		**3,5 heures**
Activité 4.1 L'entreprise et son milieu	Prendre connaissance des possibilités et des contraintes juridiques, sociales, économiques, politiques et environnementales dans lesquelles évolue l'entrepreneur.	90 minutes
Activité 4.2 Les tendances : le travail à son compte et la création d'entreprises	Situer la démarche entrepreneuriale dans le contexte économique actuel favorisant le travail à son compte et la création d'entreprises.	60 minutes
Activité 4.3 : L'aide aux personnes qui veulent créer une entreprise	Prendre connaissance des sources d'aide financière et technique disponibles dans le milieu.	60 minutes
Bloc 5 Synthèse		**1 heure**
Activité 5.1 Activité de synthèse	Intégrer et évaluer lse apprentissages effectués	60 minutes

Groupe visé par les activités

Toute personne pourra profiter de l'information véhiculée à l'intérieur de la série d'activités. Cependant, le matériel a été plus précisément conçu pour les élèves de la formation professionnelle et technique, jeunes et adultes, du secondaire et du collégial.

Déroulement

D'une durée totale de quinze heures, les onze activités de sensibilisation à l'entrepreneurship se regroupent en quatre blocs, suivis d'une activité de synthèse (bloc 5). Les contenus d'information ont été conçus afin de respecter une démarche logique reflétant la réalité des entrepreneurs. Le tableau 1 illustre le but principal et la durée de chacune des activités.

Matériel

Outre le guide de l'animateur, la trousse contient le journal de bord du participant, qui devra être reproduit en quantité suffisante pour les besoins de chaque groupe. Pour en faciliter l'utilisation, nous vous proposons de placer le journal de bord dans une reliure à anneaux puis de le distribuer aux participants qui pourront y consigner leurs notes, réflexions et conclusions pour chacune des activités prévues.

Vous aurez aussi besoin de deux vidéos produites par la Fondation de l'entrepreneurship. Elles font partie de la série «L'entrepreneurship, voie de l'avenir» disponible auprès du responsable de la médiathèque de votre établissement d'enseignement. Pour accompagner ces vidéos, nous vous proposons de commander à la DGFPT l'aide-mémoire plastifié (un exemplaire est fourni dans la trousse) en quantité suffisante pour les besoins de chaque groupe.

La trousse contient également un exemplaire d'une *brochure* intitulée Reportage sur la création d'entreprise portant sur un secteur d'activités particulier. Des exemplaires sur le même secteur d'activité (ou sur d'autres secteurs) sont disponibles auprès de la DGFPT. D'autres reportages seront préparés en 1994-1995. Les commissions scolaires et les cégeps seront tenus au courant des nouvelles parutions. Les secteurs d'activités déjà traités sont les suivants :

1. Métier : réparateur-installateur et... patron (appareils électroniques domestiques)
2. Métier : dessinateur technique et... patron
3. Métier : restaurateur et... patron (restaurateur, traiteur)
4. Métier : spécialiste en soins esthétiques (coiffure, esthétique, épilation)
5. Métier : infographiste et... patron (préparation et production d'imprimés)
6. Industrie du vêtement (création, fabrication)
7. Métier : aquiculteur, aquicultrice (élevage de poissons et de crustacés en mer et en eau douce)
8. Métier : carrossier, carrossière (carrosserie automobile)

9. Métier : mécanicien, mécanicienne (mécanique automobile)
10. Métier : artisan ébéniste
11. Métier : frigoriste (climatisation et réfrigération)
12. Métier : tuyauteur, tuyauteuse (chauffage, ventilation, plomberie)
13. Métier : soudeur, soudeuse
14. Métier : pâtissier, pâtissière (boulangerie, pâtisserie)
15. Métier : forestier, forestière 1 (cueillette, sciage)
16. Métier : forestier, forestière 2 (aménagement, transformation)
17. Métier : horticulteur, horticultrice (fleurs, culture maraîchère)
18. Métier : éleveur, éleveuse (élevages classiques et élevages nouveaux)
19. Métier : auxiliaire familial et social (en résidence, à domicile)
20. Métier : électricien, électricienne (électricité de bâtiment)
21. Fabrication mécanique

Personnes-ressources

Afin de mener à bien l'ensemble des activités, vous aurez besoin de ressources humaines externes à votre établissement d'enseignement. En tant qu'animateur, vous pouvez et devez animer l'ensemble des activités; cependant, à au moins deux reprises, vous devrez inviter un entrepreneur et trois ou quatre intervenants économiques du milieu. Le tableau 2 comporte la liste des activités où des entrepreneurs ou des intervenants pourraient ou devraient intervenir auprès du groupe.

L'intérêt d'inviter des personnes-ressources externes repose sur la variété de leur expertise, de leurs expériences personnelles et de leurs points de vue par rapport au marché du travail. Les enseignants de la formation professionnelle et technique connaissent bien leur domaine d'activité et peuvent discuter avec aisance de l'entrepreneurship dans ce domaine. Les personnes-ressources qui seront invitées compléteront l'expertise des enseignants par leur connaissance des affaires en général, de l'aide et des services disponibles dans le milieu, de leur expérience en tant qu'entrepreneur et par leur expertise dans les domaines que les enseignants connaissent moins.

Remarque... importante

Veuillez noter que les activités ont été conçues pour des groupes de 15 à 30 participants. Cependant, pour l'activité 4.3, «L'aide aux personnes qui veulent créer une entreprise» alors que vous devez inviter trois ou quatre intervenants économiques, il serait intéressant de regrouper plusieurs classes afin d'en faire une activité spéciale et plus «spectaculaire». Ne s'agit-il pas de la dernière activité avant la synthèse? Nous y reviendrons.

Tableau 2
Des propositions de personnes-ressources pour les activités de sensibilisation à l'entrepreneurship

Activité		Enseignant	Entrepreneur	Intervenant
1.1	La vidéo La passion de bâtir	X		
1.2	Une rencontre avec un entrepreneur	X et	X	
2.1	L'entrepreneurship dans un domaine privilégié	X ou		X
2.2	Comment trouver une idée d'entreprise	X ou	X ou	X
3.1	Le profil de l'entrepreneur... et le mien	X et		X
3.2	De la bonne idée à la bonne affaire	X ou		X
3.3	La vidéo Du cœur à l'ouvrage	X		
4.1	L'entreprise et son milieu	X et		X
4.2	Les tendances : le travail à son compte et la création d'entreprise	X ou		X
4.3	L'aide aux personnes qui veulent créer une entreprise	X et		X
5.1	Activité de synthèse	X		

Guide d'animation

Le guide d'animation a été conçu de façon que vous y trouviez, par bloc et par activité, tous les renseignements dont vous aurez besoin pour animer et informer votre groupe sur le sujet traité. Il contient des propositions de stratégies et moyens pédagogiques, des textes d'information sur le sujet, des exercices et plusieurs autres renseignements ou références utiles à votre travail.

Guide administratif

Notez que le Ministère a publié, en plus de la trousse pédagogique, un guide administratif pour l'implantation de la mesure de sensibilisation à l'entrepreneurship. Tous les collèges et toutes les commissions scolaires ont reçu ce guide à l'automne 1994. Vous auriez sans doute intérêt à lire ce qu'il contient, notamment les textes portant sur l'organisation et la promotion de la sensibilisation au plan local.

Références utiles

À la fin du guide, vous trouverez une bibliographie qui pourrait vous aider à compléter les renseignements que vous possédez déjà sur l'entrepreneurship et le démarrage d'entreprise. En outre, il serait important que vous consultiez l'ouvrage suivant :

CERRDOC (Centre régional de ressources documentaires) de la région 04 (Mauricie-Bois-Francs), en collaboration avec le Centre d'entrepreneuriat du Cœur

du Québec; no 192, Programme d'études, ENTREPRENEURIAT, Primaire, secondaire et collégial, août 1992.

Cet ouvrage est disponible auprès du :

Centre d'entrepreneuriat du Cœur du Québec
(Ministère de l'éducation du Québec, Direction régionale Mauricie-Bois-Francs)
100, rue Laviolette, 2e étage
Trois-Rivières (Québec)
G9A 5S6
Téléphone : (819) 371-6711

Partons à l'aventure entrepreneuriale!

Bloc 1 Des entrepreneurs

La société offre plusieurs modèles sur lesquels une personne peut bâtir son rêve d'avenir... médecin, hockeyeur, acteur, mécanicien, monteur de ligne, etc. Il y a cependant un modèle avec lequel nous sommes peu souvent en contact, celui de l'entrepreneur. Dans la vie de tous les jours, les entrepreneurs sont, pour beaucoup d'entre nous, des employeurs ou des êtres étranges, riches, ne fréquentant que leurs semblables, photographiés dans les journaux avec le maire ou le premier ministre. Surtout, on les tient pour acquis. C'est cette image imparfaite, incomplète et peu véridique que le premier bloc d'activités veut rectifier.

Avant de partir à l'aventure, il faut connaître le responsable de l'expédition!

Le bloc «Des entrepreneurs» doit permettre aux participants d'entendre parler d'entrepreneurship, et surtout d'entendre des entrepreneurs parler d'eux et de leurs expériences, peut-être pour la première fois. L'entrepreneur étant l'actif principal sur lequel sera bâtie l'entreprise, la première rencontre est importante puisqu'elle permettra ensuite aux participants de bien comprendre et d'intégrer l'information reçue dans les blocs suivants.

But

Le premier bloc a pour but de donner une image réaliste des entrepreneurs aux participants. Pour l'atteindre, deux activités sont prévues. L'activité 1.1 présentera sur vidéo des témoignages d'entrepreneurs qui personnifient des modèles accessibles aux participants et, à l'occasion de l'activité 1.2, vous aurez la possibilité d'inviter un entrepreneur venant du milieu des participants et de le rencontrer, «en chair et en os», dans la classe, afin d'en démystifier encore un peu l'image.

Activité 1.1 La vidéo La passion de bâtir

D'une durée de 90 minutes, l'activité 1.1 consiste à visionner une vidéo produite par la Fondation de l'entrepreneurship avec la collaboration d'un grand nombre de partenaires privés et publics. Elle est tirée de la série «L'entrepreneurship, voie de l'avenir».

Note

Toutes les vidéos de la série «L'entrepreneurship, voie de l'avenir» sont disponibles auprès du responsable de la médiathèque de votre établissement d'enseignement. N'oubliez pas de commander un nombre suffisant d'aide-mémoire sur la vidéo à la DGFPT.

Objectifs

- Prendre connaissance de différents modèles d'entrepreneurs.
- Explorer des modèles d'entrepreneurs auxquels les participants pourraient s'identifier.
- Reconnaître les principales caractéristiques et qualités communes aux entrepreneurs.

Sommaire du contenu et des stratégies

1. Débutez par une présentation de l'ensemble des activités de sensibilisation à l'entrepreneurship et des objectifs poursuivis par la première activité. Comme il s'agit de la première d'une série de onze activités, il est important de situer les participants dès le départ sur le scénario qui sera suivi (15 minutes).
2. Procédez au visionnement de la vidéo (30 minutes).
3. Après le visionnement, animez une discussion structurée de groupe à l'aide du questionnaire présenté un peu plus loin dans le présent guide et que les participants trouveront dans leur journal de bord (40 minutes).
4. Vérifiez l'atteinte des objectifs et présentez sommairement la prochaine activité (5 minutes).

Contenu et stratégies détaillés

La vidéo La passion de bâtir

La vidéo est impressionniste, elle procède par touches. Elle présente des témoignages d'entrepreneurs dans divers secteurs, venant de régions différentes et qui ont en commun une formation professionnelle ou technique du secondaire ou du collégial. Les entrepreneurs qui y sont présentés ont des styles personnels variés et ont créé leur entreprise en passant par des cheminements différents. Créer son entreprise, c'est exigeant, difficile, mais c'est passionnant.

1 Présentation des activités de sensibilisation à l'entrepreneurship et de la première activité (15 minutes)

1.1 Présentation des activités et du journal de bord

Expliquez aux participants qu'ils viennent de se lancer dans une aventure qui comprendra onze étapes (activités) réparties en quatre blocs, suivis d'une activité de synthèse (servez-vous du tableau 1 afin d'expliquer le processus). Indiquez aux participants que, à quelques reprises, vous aurez des invités dans la classe.

Remettez-leur le *journal de bord* en leur expliquant que c'est leur «cahier de notes» et qu'il leur servira tout au long des activités. Ils devront y consigner leurs commentaires, leurs idées, leurs évaluations, etc., pour chacune des activités. Dites-leur aussi qu'ils auront besoin de leurs notes durant de l'activité de synthèse.

1.2 Présentation de la vidéo La passion de bâtir

L'activité consacrée à la vidéo La passion de bâtir a pour objectif de faire prendre connaissance aux participants de différents cheminements possibles afin de devenir entrepreneur. Elle leur permettra aussi d'explorer des modèles d'entrepreneurs afin d'y voir les caractéristiques et qualités communes, et d'y reconnaître un modèle auquel ils pourraient éventuellement s'identifier.

Pour atteindre ces objectifs, un bref exposé, le visionnement de la vidéo et une discussion structurée de groupe seront utilisés.

2 Visionnement de la vidéo La passion de bâtir (30 minutes)

Invitez les participants à noter en quelques mots seulement leurs impressions et leurs réflexions dans la section se rapportant à l'activité 1.1 dans leur journal de bord. Ces notes constitueront leur aide-mémoire au moment de la discussion de groupe.

Note

Il est possible que vous n'ayez pas encore eu la chance de visionner la vidéo La passion de bâtir, vous serez alors dans la même situation d'ouverture et de découverte que les participants.

3 Discussion de groupe (40 minutes)

Après le visionnement de la vidéo, les participants répondent en groupe aux questions que vous leur posez. Essayez de faire parler tous les participants. Quand il y a un temps mort, faites connaître vos réactions dans un style interrogatif : «Avez-vous remarqué comme moi que... ?»

3.1 Questions à soulever avec le groupe

Voici des exemples de questions à poser aux participants :

- Qu'est-ce qui vous a le plus frappé dans la vidéo?
- Quelles sont les caractéristiques communes à tous les entrepreneurs que nous avons vus dans la vidéo?
- Quelles sont les qualités professionnelles des entrepreneurs qui ont témoigné dans la vidéo?
- Quelles sont les qualités personnelles des entrepreneurs qui ont témoigné dans la vidéo?
- Pouvez-vous vous identifier à l'un ou à l'autre des entrepreneurs que nous venons de voir et d'entendre? Si oui, en quoi? Si non, précisez pourquoi?

3.2 Consignes pour l'animation de la discussion

Dans les témoignages, les entrepreneurs offrent une multitude de réponses aux questions présentées en 3.1. À la présente étape de la sensibilisation, il s'agit de relever les caractéristiques et les qualités innées ou acquises telles qu'elles seront perçues par les participants. C'est donc un premier contact avec des entrepreneurs. L'activité suivante, alors qu'un entrepreneur viendra leur rendre visite, permettra aux participants de raffiner leur perception de l'entrepreneur. De plus, ces caractéristiques et qualités seront abordées à nouveau et plus précisément dans l'activité 3.1 «Le profil de l'entrepreneur... et le mien».

En ce qui concerne la dernière question, il ne faut pas s'attendre que tous les participants sans exception s'identifient à un entrepreneur en particulier, même si la vidéo propose des exemples concrets et dynamiques qui peuvent devenir des modèles. Ne mettez pas de pression sur les participants pour qu'ils s'identifient à

un modèle d'entrepreneur dans la vidéo, laissez-les explorer l'entrepreneurship et les entrepreneurs à leur rythme.

Si les participants ont de la difficulté avec la dernière question, proposez-leur de réfléchir aux caractéristiques et aux qualités qu'ils ont décelées chez les entrepreneurs de la vidéo et de s'interroger sur l'importance de ces caractéristiques et qualités pour créer une entreprise ou se dénicher un emploi.

4 Retour sur les objectifs et présentation sommaire de la prochaine activité (5 minutes)

4.1 Retour sur les objectifs afin d'en vérifier l'atteinte par les participants

Demandez aux participants d'évaluer l'activité en fonction des objectifs qui avaient été énumérés au départ :

- prendre connaissance de différents modèles d'entrepreneurs;
- explorer des modèles d'entrepreneurs auxquels les participants pourraient s'identifier;
- reconnaître les principales caractéristiques et qualités communes aux entrepreneurs.

4.2 Présentation sommaire de la prochaine activité

Expliquez aux participants que la prochaine activité leur donnera la chance de rencontrer un entrepreneur dans le même domaine d'activité que leur champs d'études. Demandez-leur de réfléchir aux questions qu'ils aimeraient lui poser et de les noter dans leur journal de bord. Dites-leur le nom de l'entrepreneur qui viendra vous visiter.

Activité 1.2 Une rencontre avec un entrepreneur

D'une durée de 90 minutes, l'activité 1.2 donne l'occasion aux participants de rencontrer un entrepreneur qui évolue dans le même domaine d'activité qu'eux. Il s'agit pour vous d'inviter un entrepreneur à témoigner de son expérience, des motifs qui l'ont poussé à lancer son entreprise, des difficultés éprouvées, des moyens utilisés pour s'en sortir, du cheminement suivi depuis la fin de ses études, etc. De par la puissance de motivation donnée par un modèle, la rencontre est de nature à stimuler les participants à vouloir acquérir de nouvelles connaissances, des habiletés et à adopter des attitudes qui leur seront utiles pour la création et la gestion de leur propre entreprise.

La rencontre a donc pour but de démystifier l'entrepreneur, d'en faire une personne accessible, et, en conséquence, de permettre aux participants d'envisager la création de leur entreprise comme une possibilité réelle.

Objectifs

- Prendre connaissance de certains aspects de la vie professionnelle, personnelle, familiale et sociale d'un entrepreneur.

- Motiver les participants à envisager, pour eux, le choix d'une carrière d'entrepreneur.

Document de soutien

Un «Guide de l'entrepreneur» a été préparé pour favoriser la réussite de l'activité.

Sommaire du contenu et des stratégies

1. Choisissez d'abord l'entrepreneur susceptible de favoriser l'atteinte des objectifs fixés et rencontrez-le préalablement pour lui présenter l'activité et le «Guide de l'entrepreneur».

2. Avant la présentation du témoignage, demandez aux participants de préparer, en groupe, les questions à poser à l'entrepreneur en se servant des notes qu'ils ont prises depuis la dernière activité (20 minutes).

3. Invitez l'entrepreneur à faire son témoignage (20 minutes) et procédez à la période de questions (40 minutes).

4. Évaluez ensuite la rencontre avec les participants et présentez sommairement la prochaine activité (10 minutes).

Contenu et stratégies détaillés

1 Préparation de la rencontre de groupe

1.1 Choix de l'entrepreneur

Les expériences antérieures démontrent que le choix de l'entrepreneur est primordial dans la réussite de l'activité. La personne invitée doit posséder certaines caractéristiques, notamment :

- avoir un âge relativement proche de celui des participants;
- avoir commencé au bas de l'échelle et gravi les échelons un à un pour créer son entreprise, comme la majorité aura à le faire;
- avoir reçu la même formation que les participants ou avoir été un jour à leur place;
- être capable de mettre en lumière, sans fausse modestie et en toute honnêteté, ses expériences personnelles et professionnelles.

1.1.1 Difficultés à prévoir

Certaines difficultés sont à prévoir pour trouver un entrepreneur. Certains ne veulent pas donner leur recette à de futurs entrepreneurs. D'autres ne veulent pas révéler leurs bons et mauvais coups et ainsi risquer d'alimenter une compétition déjà difficile à affronter, surtout dans des milieux moins populeux.

Considérez comme normal de trouver la bonne personne après deux ou trois tentatives. Choisissez un entrepreneur que vous connaissez déjà, c'est plus facile. Par exemple, quelqu'un chez qui des participants ont déjà fait des stages : la dynamique est déjà enclenchée.

1.1.2 Liste des entrepreneurs

Avant d'arrêter votre choix sur la personne à inviter, dressez une liste de quelques noms. Puis, après avoir vérifié par téléphone leur intérêt à témoigner de leur expérience, considérez les candidatures de deux ou trois entrepreneurs en vous posant les questions suivantes :

- Cette personne a-t-elle de l'entregent?
- S'exprime-t-elle facilement?
- Son entreprise intéressera-t-elle les participants?
- Son entreprise est-elle liée au métier ou à la technique qu'étudie le groupe?
- Les participants s'identifieront-ils facilement à cette personne? Pensez à son âge, à la taille de son entreprise, à l'école où elle a étudié, etc.
- Cette personne est-elle connue et appréciée?
- Est-elle désireuse de partager son expérience et prête à le faire?

Ces questions sont importantes. Toutefois, n'hésitez pas à y ajouter celles que vous jugez tout aussi pertinentes.

Vous n'arrivez pas à fixer votre choix ? Parlez-en à un collègue ou à une personne-ressource dans un organisme voué à l'entrepreneurship.

1.2 Rencontre préalable avec l'entrepreneur

Prenez rendez-vous avec l'entrepreneur choisi afin de lui expliquer les objectifs de la rencontre, le genre de témoignage souhaité, le profil de l'auditoire et le style de questions attendues. Insistez sur la formation et les compétences qu'auront les participants à la fin de leurs études secondaires ou collégiales. Avisez l'entrepreneur s'il s'agit de jeunes ou d'adultes.

Parcourez le «guide de l'entrepreneur» en sa compagnie et laissez-lui-en une photocopie. Demandez-lui quelles questions l'intéressent davantage et proposez-lui de vous en parler un peu. Cela vous permettra aussi de savoir à quoi vous attendre quant à son exposé.

Suggérez-lui d'apporter un ou des objets pour attirer l'attention : des outils, des matières premières, des produits, des plans, des dessins, des photos, des certificats d'excellence qui aideront les participants à imaginer le genre d'entreprise dont il est question. Rappelez-lui cependant que son expérience est plus importante que le matériel.

2 Présentation de l'activité aux participants

2.1 Avant le témoignage de l'entrepreneur (20 minutes)

Expliquez aux participants les objectifs de l'activité. Procédez à la préparation en groupe des questions à poser à l'entrepreneur. Dirigez l'animation sur l'éventail des questions. C'est là l'occasion d'assurer une certaine concordance avec les sujets qui intéressent votre invité.

3 Témoignage de l'entrepreneur (60 minutes)

3.1 Témoignage (20 minutes)

Présentez l'entrepreneur et son entreprise. Soulignez le fait que, malgré ses nombreuses occupations, il a pris le temps de venir rencontrer le groupe. Annoncez aux participants qu'ils pourront poser des questions à la fin de l'exposé ou pendant celui-ci, selon l'entente prise avec l'invité. Demandez aux participants de noter leurs commentaires et réflexions dans leur journal de bord.

3.2 Période de questions (40 minutes)

Durant la période de questions, restez attentif pour freiner, au besoin, un trop grand nombre de questions, pour aider la personne invitée à garder le fil de ses idées et pour l'amener à partager les expériences intéressantes qu'elle vous aurait mentionnées antérieurement.

4 Retour sur les objectifs et présentation sommaire de la prochaine activité (10 minutes)

Après le départ de la personne invitée, passez à l'évaluation de la rencontre. Faites ressortir les éléments les plus significatifs aux yeux des participants. Pour vous aider, utilisez les notes qui suivent.

4.1 Identification à l'entrepreneur

Les participants ne s'identifieront pas tous à l'entrepreneur rencontré. Deux raisons expliquent cette situation : ils ne veulent pas tous envisager la création de leur entreprise ou ne désirent pas tous devenir entrepreneurs, et c'est normal. Par ailleurs, certains traits de personnalité de la personne invitée ont pu favoriser ou décourager cette identification.

4.2 Intérêt à devenir entrepreneur

Lorsque la rencontre se déroule bien, certains participants prennent conscience du fait qu'ils peuvent créer leur propre entreprise ou leur propre emploi, et que c'est «à leur portée». Vous entendrez sans doute des commentaires comme ceux-ci: «ça m'a fait réfléchir»; «cette rencontre a éveillé en moi la possibilité de créer mon entreprise»; «j'avais déjà ce projet en tête, maintenant c'est confirmé»; «je suis motivé à lancer, un jour, mon entreprise». Ces commentaires devraient d'ailleurs être consignés dans le journal de bord des participants.

4.3 Présentation sommaire de la prochaine activité

Présentez en quelques mots aux participants le prochain bloc d'activités alors qu'ils exploreront les différents domaines ou secteurs d'activité dans lesquels pourrait être créée leur entreprise.

Remarque

Faites parvenir une lettre de remerciement à l'entrepreneur et téléphonez-lui personnellement pour recueillir ses impressions.

Guide de l'entrepreneur

Nous vous remercions du temps que vous consacrez pour rencontrer les élèves de la formation professionnelle et technique. Pour vous aider à préparer votre exposé, nous avons produit le présent guide. Il est bien entendu que vous n'aurez pas le temps d'aborder chacune des questions proposées, votre exposé étant prévu pour une période de 20 minutes, suivi d'une période de questions de 40 minutes. Choisissez celles qui traitent des domaines et des sujets auxquels vous attachez le plus d'importance.

Questions proposées

Décrivez votre *bagage de vie* (vie familiale, école, endroit où vous avez grandi, emplois que vous avez occupés, amis, parents) et expliquez en quoi il a pu avoir une influence favorable ou défavorable sur vous en tant qu'entrepreneur. Plus précisément :

- Quelles influences l'école a-t-elle eues sur vous en tant que futur entrepreneur?
- Qui, en particulier, vous a le plus influencé?
- Quels facteurs ont le plus contribué à éveiller votre intérêt pour l'entrepreneurship?
- Quel genre de travail faisiez-vous avant de lancer votre première entreprise?
- En quoi consiste exactement votre entreprise et quel bien ou service offrez-vous?
- Comment avez-vous découvert cette possibilité et comment avez-vous décidé qu'elle valait la peine d'être exploitée?
- À l'aide de quels critères importants avez-vous évalué vos chances de réussite?
- Combien de temps s'est écoulé entre le moment où vous avez découvert cette possibilité et le lancement de l'entreprise?
- Quelles ont été les principales étapes traversées pendant cette période et quels ont été les barrières et obstacles rencontrés en chemin?
- Quelles ont été vos principales sources d'aide?
- Dans quel but avez-vous lancé cette entreprise?
- Avez-vous l'impression d'avoir réussi?
- Selon vous, comment se mesure le succès?
- Quelles sont vos principales sources de motivation?
- Quel rôle joue l'argent dans la motivation?
- Quels sont vos points forts et vos points faibles comme entrepreneur?
- Votre rôle d'entrepreneur vous a-t-il imposé des sacrifices? Si oui, lesquels?

- Jusqu'à maintenant, quel a été votre moment de gloire? Votre pire moment?
- Vous considérez-vous comme un casse-cou, un parieur? Comment réagissez-vous devant le risque?
- En tant qu'entrepreneur, qu'est-ce qui vous comble et vous satisfait personnellement?
- Quels conseils donneriez-vous à quelqu'un qui veut devenir entrepreneur?
- Recommandez-vous l'entrepreneurship comme mode de vie?
- L'entreprise que vous décrivez aujourd'hui constitue-t-elle votre première expérience en entrepreneurship? Si non, quel bilan faites-vous de vos autres expériences?
- Avez-vous déjà échoué dans une entreprise? Si oui, quelle leçon en avez-vous tirée?

À quoi vous attendre

En formation professionnelle et technique se retrouvent des adolescents et des adultes désireux d'apprendre un métier. Le groupe que vous allez rencontrer pourra être constitué exclusivement de jeunes ou d'adultes, ou bien des deux à la fois.

Vous constaterez que votre auditoire a beaucoup de centres d'intérêt... et de questions concernant vos succès et vos échecs. Les participants à la rencontre aimeraient particulièrement connaître vos impressions et vos commentaires sur votre expérience personnelle comme entrepreneur. Ils attendent donc avec impatience votre visite qu'ils considèrent comme une expérience pratique et vraie. Ils apprécient que vous donniez de votre temps pour les rencontrer, et ce, malgré votre horaire chargé.

Les élèves aiment habituellement apprendre en étant physiquement actifs et en contact avec des personnes qui sont elles-mêmes dans l'action. Les objets que vous apporterez (matières premières, produits finis, outils, logo, etc.) les aideront à fixer leur attention et à imaginer votre entreprise.

Le groupe que vous allez rencontrer comptera entre 15 et 30 personnes, votre exposé d'une vingtaine de minutes sera suivi d'une période de discussion et de questions d'une quarantaine de minutes.

Aide-mémoire de l'entrepreneur pour faciliter la visite

Lieu : _____ Date : _____

_____ Heure : _____

Responsable : _____ Téléphone : _____

Les objectifs de la visite en classe sont :

Mes objectifs sont :

Le message principal que je souhaite plus particulièrement transmettre est :

Ai-je besoin d'appareils audiovisuels pour présenter mon entreprise? Si oui, la personne responsable en a-t-elle été avisée?

Ai-je pensé à émailler ma présentation d'anecdotes?

Que vais-je apporter pour illustrer mon entreprise (des échantillons, des outils, des matières premières, du matériel promotionnel, etc.)?

De quelle façon vais-je faire participer l'auditoire à ma présentation?

Ai-je laissé le numéro de téléphone (et le nom de la personne responsable) où l'on peut me rejoindre, en cas de besoin, pendant ma visite dans la classe?

Bloc 2 Des domaines... et des idées

Maintenant que l'intérêt envers l'entrepreneurship et les entrepreneurs a été éveillé, il est temps d'explorer le ou les domaines d'activité dans lequel les participants pourraient éventuellement créer leur propre entreprise, si jamais l'envie leur en prenait.

Une fois la confiance établie avec le responsable de l'expédition, il faut choisir le thème et la destination du voyage!

Saviez-vous que la majorité des entreprises créées le sont par des personnes possédant une formation professionnelle ou technique et qu'elles démarrent leur entreprise dans leur domaine de spécialisation? Saviez-vous qu'une des premières causes d'échec des entreprises est un mauvais choix ou un manque d'expérience dans le secteur d'activité?

Une règle d'or de l'entrepreneurship énonce qu'un entrepreneur qui veut réussir en affaires doit démarrer son entreprise dans un domaine qu'il connaît bien. En effet, un mécanicien serait bien malheureux en restauration, un grand chef gâterait la sauce comme artisan ébéniste et un soudeur s'en tirerait probablement très mal dans l'élevage du veau de grain; à moins... qu'il n'ait acquis une expertise personnelle.

But

Le but du deuxième bloc d'activités est donc de permettre aux participants d'explorer l'entrepreneurship dans leur champs d'études (activité 2.1) et de prendre connaissance des diverses sources d'information qui leur permettront de trouver une idée d'entreprise dans un autre domaine que celui de leur spécialité (activité 2.2).

Activité 2.1 L'entrepreneurship dans un domaine privilégié

D'une durée de 90 minutes l'activité 2.1 consiste à faire découvrir aux participants leur champs d'études sous l'angle de l'entrepreneurship.

Quand on veut concrétiser un projet, on se donne habituellement le temps de considérer les facteurs qui permettront de le mener à bien et d'analyser les conditions dans lesquelles il évoluera. Le lancement d'une entreprise commande la même démarche.

Dans la présente activité, les participants scruteront encore une fois l'expérience des entrepreneurs, mais cette fois d'un point de vue différent. Ils y feront quelques recherches sur les qualités précises à posséder pour réussir comme entrepreneur dans le domaine où ils font actuellement leurs études. Ils y découvriront aussi les exigences du rôle d'un entrepreneur, l'environnement et les facteurs à considérer avant de lancer une entreprise dans un domaine d'activité particulier.

Une carrière d'entrepreneur se décide en toute connaissance de cause!

Objectifs

- Connaître les facteurs de réussite et les conditions de travail des entrepreneurs dans son champs d'expertise ou d'études
- Tracer le portrait de l'entrepreneurship dans son champs d'expertise ou d'études.

Sommaire du contenu et des stratégies

1. Débutez par la présentation des objectifs de l'activité (5 minutes).
2. Premier mode de fonctionnement - Reportages
   - Invitez les participants à faire l'exercice en petit groupe de trois personnes (45 minutes) à l'aide de la grille et des reportages.
   - Revenez en grand groupe pour la mise en commun et procédez à une discussion sur les éléments importants (35 minutes).
3. Deuxième mode de fonctionnement - Personne-ressource
   - Choix de la personne-ressource à inviter.
   - Exposé de la personne ressource invitée (30 minutes).
   - Période de questions (20 minutes).

- Discussion en grand groupe pour faire ressortir les éléments jugés importants (30 minutes).

4. Vérifiez l'atteinte des objectifs et présentez sommairement la prochaine activité (5 minutes).

Deux modes de fonctionnement

Cette sensibilisation à l'entrepreneurship s'adresse aux élèves qui évoluent dans divers domaines d'activité professionnelle et technique. Réussir à faire le portrait de l'entrepreneurship pour chacun de ces domaines suppose la recherche d'une importante quantité de renseignements. Toutefois, le travail de recherche est facilité, en partie, par le ministère de l'Éducation qui a déjà préparé une série de reportages concernant bon nombre de métiers enseignés en formation professionnelle au secondaire (un exemplaire a d'ailleurs été inclus dans la trousse). Le Ministère vient d'ailleurs de mettre en marche le même type de recherche pour les disciplines enseignées en formation technique au collégial.

Si le métier auquel appartient votre groupe a fait l'objet d'un reportage, vous pouvez choisir de procéder selon le premier mode de fonctionnement, à moins que vous ne préfériez inviter une personne-ressource.

La liste des reportages actuellement disponibles se trouve dans la section «Matériel» qui figure dans l'introduction aux pages 3 et 4 du présent guide. Vous remarquerez que plusieurs resportages s'adressent aussi bien au collégial qu'au secondaire.

Cependant, si le métier auquel appartient votre groupe ne fait pas partie des reportages disponibles, vous devrez avoir recours au deuxième mode de fonctionnement en invitant une personne-ressource dans votre classe.

Note

N'oubliez pas de commander un nombre suffisant de documents (reportages) pour les besoins de votre groupe auprès du responsable de la médiathèque de votre établissement d'enseignement au auprès de la DGFPT.

Contenu et stratégies détaillés

Fonctionnement avec les reportages

1 Présentation des objectifs de l'activité (5 minutes)

La présente activité a pour objectif de faire prendre connaissance aux participants des facteurs de réussite et des conditions de travail des entrepreneurs et de leur

permettre de tracer le portrait de l'entrepreneurship dans le champs d'expertise qu'ils ont choisi.

Les moyens pour atteindre ces objectifs seront différents selon le mode de fonctionnement que vous adopterez. L'utilisation des reportages suppose un exercice en petits groupes, une mise en commun et une discussion, tandis que l'utilisation des services d'une personne-ressource entraîne un exposé de sa part, une période de questions et une discussion de groupe.

2 Exercice en groupe de trois participants (45 minutes)

L'exercice vise à établir le portrait type de l'entrepreneur dans le champs d'études des participants à partir de l'information fournie dans le reportage. Après avoir formé des groupes de trois personnes, les participants font une lecture attentive du reportage et annotent la grille de travail dans leur journal de bord. Elle servira de base à la discussion de groupe qui aura lieu plus tard.

Avant de laisser les participants commencer leur travail, demandez-leur de nommer un porte-parole et expliquez-leur la grille de travail. Celle-ci se divise en cinq thèmes, tout comme les reportages, qui traitent des sujets suivants :

- Les qualités nécessaires : personnelles, techniques et professionnelles;
- Les exigences du rôle de l'entrepreneur... et les pièges à éviter;
- L'environnement général : l'économie et le marché;
- Les qualités de gestionnaire nécessaires pour réussir en affaires;
- Le démarrage d'une entreprise : les éléments à considérer.

3 Mise en commun et discussion (35 minutes)

Invitez les participants à mettre en commun le fruit de leur travail en équipe. À tour de rôle, le porte-parole de chaque groupe explique brièvement l'information recueillie. Passez chacun des thèmes en abrégeant les répétitions. Toutefois, considérez les éléments qui reviennent souvent comme des sujets importants aux yeux des participants. Certains minimiseront des aspects comme l'expérience à acquérir ou les qualités de gestionnaire. Mettez-les en garde contre cette tendance, car il faut être très réaliste pour réaliser ses rêves!

Outre leur propre trouvaille, les participants notent celles des autres dans leur journal de bord. Ces renseignements pourront leur servir durant l'activité de synthèse ou au moment où ils choisiront de lancer leur propre entreprise.

4 Retour sur les objectifs et présentation sommaire de la prochaine activité (5 minutes)

Demandez aux participants d'évaluer l'activité d'après les objectifs mentionnés au départ. Profitez de l'occasion pour présenter sommairement la prochaine activité.

Portrait de l'entrepreneurship dans le champs d'expertise :		
Thèmes et sujets		**Exercice en groupe de trois personnes ou exposé et mise en commun**
Qualités nécessaires	Nommez les qualités personnelles que doit posséder l'entrepreneur :	
	Nommez les qualités techniques que doit posséder l'entrepreneur :	
	Nommez les expériences professionnelles que doit posséder l'entrepreneur :	
Exigences du domaine d'activité	Quelles sont les contraintes (horaire, efforts physiques, etc.) que vit l'entrepreneur dans le domaine professionnel en question?	
	Quelssont les défis à relever?	
	Quels sont les pièges à éviter?	
Qualités de gestionnaire	Quelles qualités de gestionnaire sont nécessaires pour réussir en affaires, notamment dans le domaine de votre champs d'études?	
Démarrage d'une entreprise	Au moment de lancer une entreprise, quels sont les problèmes de départ en ce qui concerne : - l'aspect financier? - une association possible? - le respect des lois et des règlements? - la préparation générale?	

Fonctionnement avec une personne-ressource

1 Choix de la personne-ressource

Tout comme pour la visite d'un entrepreneur, la personne-ressource que vous inviterez à venir rencontrer les participants devra répondre à certains critères tels que :

- avoir une connaissance du champs d'études du groupe;
- démontrer une facilité d'expression;
- avoir idéalement de l'expérience à titre d'entrepreneur;
- avoir préparé son exposé selon les thèmes et les sujets abordés dans la grille de travail du journal de bord des participants.

Choisir un intervenant ou un entrepreneur

Pour choisir la personne-ressource, prenez en considération son expérience du champs d'études du groupe. Souvent, un entrepreneur sera plus à même de discuter avec aisance du sujet. Un enseignant de la spécialité peut faire une excellente personne-ressource, s'il connaît l'entrepreneurship dans son secteur. Enfin, un intervenant économique peut aussi bien remplir ce rôle dans la mesure où il a une connaissance marquée du domaine d'activité. Il ne faudrait pas que cet intervenant discute dès ce moment des sujets qui seront à l'ordre du jour de l'activité 4.3 «L'aide aux personnes qui veulent créer une entreprise».

Si vous choisissez de demander la collaboration d'un intervenant économique, informez-vous auprès des organismes suivants afin de trouver la personne qui pourra le mieux vous aider à atteindre les objectifs de l'activité :

- corporation de développement économique (commissariat industriel);
- service d'aide aux jeunes entrepreneurs (SAJE);
- centre d'aide aux entreprises (CAE);
- comité d'aide au développement des collectivités (CADC);
- autre organisme oeuvrant dans votre région.

Vous trouverez sans doute d'autres critères tout aussi pertinents et n'hésitez pas à les considérer. L'objectif ultime est de passer en revue autant que possible, les facettes importantes de l'entrepreneurship dans le champs d'études des participants. Vous pouvez utiliser la procédure qui suit dans le choix d'une personne-ressource :

- faites une liste en ordre de priorité des personnes qui répondent aux critères;

- communiquez avec elles afin de les informer des objectifs et des thèmes de l'activité et, bien sûr, afin de connaître leur motivation à y participer et leur disponibilité;

- choisissez la personne que les participants apprécieront le mieux, à votre avis;

- faites-lui parvenir la liste des thèmes et demandez-lui de vous faire part de l'information qu'elle livrera à l'occasion de sa visite.

2 Présentation des objectifs et exposé de la personne-ressource invitée (35 minutes)

Après avoir présenté les objectifs de l'activité (5 minutes), laissez la personne-ressource faire son exposé (30 minutes). Pendant que la personne-ressource fait son exposé, les participants notent dans leur grille de travail les renseignements pertinents aux thèmes et sujets de l'activité.

3 Période de questions (20 minutes)

Après l'exposé, permettez aux participants de poser des questions pendant une vingtaine de minutes. Assurez-vous que les questions tournent autour du thème et qu'elles n'empiètent pas sur les sujets de l'activité 4.3. Demandez aux participants de noter les réponses obtenues dans leur grille de travail.

4 Discussion de groupe (30 minutes)

Invitez les participants à partager avec le groupe les notes qu'ils ont prises pendant l'exposé et la période de questions. Passez chacun des thèmes en abrégeant les répétitions. Toutefois, considérez les éléments qui reviennent souvent comme des sujets importants aux yeux des participants. Certains minimiseront des aspects comme l'expérience à acquérir ou les qualités de gestionnaire. Mettez-les en garde contre cette tendance, car il faut être très réaliste pour réaliser ses rêves!

Outre leur propre trouvaille, les participants notent celles des autres dans leur journal de bord. Ces renseignements pourront leur servir durant l'activité de synthèse ou au moment où ils choisiront de lancer leur propre entreprise.

5 Retour sur les objectifs et présentation sommaire de la prochaine activité (5 minutes)

Demandez aux participants d'évaluer la rencontre d'après les objectifs mentionnés au départ. Profitez de l'occasion pour présenter sommairement la prochaine activité.

Remarque

Faites parvenir une lettre de remerciement à l'entrepreneur ou à l'intervenant.

Pour en savoir davantage

Expliquez aux participants que, pour en savoir davantage, ils peuvent consulter les organismes de développement économique présents sur le territoire. D'ailleurs, le bloc 4, et plus particulièrement l'activité 4.3, leur permettra de mieux connaître les intervenants économiques et les organismes de développement de la région.

Enfin, mentionnez-leur qu'ils pourront obtenir auprès du responsable de la sensibilisation à l'entrepreneurship une copie des nouveaux reportages qui seront disponibles dans le réseau de l'éducation au fur et à mesure de leur parution.

Activité 2.2 Comment trouver une idée d'entreprise

D'une durée de 120 minutes, l'activité 2.2 a pour but principal de donner aux participants les renseignements nécessaires à leur recherche d'une idée d'entreprise.

Objectifs

- Prendre connaissance des diverses façons de trouver une idée d'entreprise et des sources d'information existantes.
- Évaluer ses compétences et ses expériences afin de trouver et d'exploiter une dée d'entreprise.
- Préparer un plan d'action sommaire afin d'élaborer une idée d'entreprise.

Sommaire du contenu et des stratégies

1. Commencez l'activité par un exposé sur les façons de trouver une idée d'entreprise et les sources d'information existantes (45 minutes).
2. Demandez ensuite aux participants de faire un exercice portant sur les compétences (formation et expérience) leur permettant de trouver et d'exploiter une idée d'entreprise; à la fin de l'exercice, le participant devra avoir découvert au moins une idée d'entreprise ou un secteur d'activité dans lequel ses compétences pourraient lui permettre de réussir en affaires (15 minutes).

   Pour terminer, les participants se placent deux par deux et discutent de l'idée d'entreprise qu'ils ont eue et de la façon dont leur expérience et formation les aideront à l'exploiter (20 minutes).
3. Revenez avec un exposé (20 minutes) sur la préparation d'un plan d'action permettant d'élaborer l'idée d'entreprise (notions sommaires de marché et de concurrence).
4. Demandez aux participants de faire leur plan d'action (15 minutes).
5. Exposez le suivi et le soutien possible à l'égard de l'activité; vérifiez l'atteinte des objectifs et présentez sommairement la prochaine activité (5 minutes).

Contenu et stratégies détaillés

1 Les sources d'idées d'entreprises (45 minutes)

1.1 Introduction à l'activité

L'activité de découverte «Comment trouver une idée d'entreprise» a pour objectif de faire prendre connaissance aux participants des diverses façons detrouver une idée d'entreprise et des sources d'information existantes; de leur faire évaluer leurs compétences (formation et expérience) pour trouver et exploiter une idée d'entreprise; et de leur faire préparer un plan d'action sommaire afin d'élaborer une idée d'entreprise.

Pour atteindre ces objectifs, des exposés ainsi que des exercices individuels et deux à deux seront utilisés. La première partie portera sur les sources d'idées d'entreprises, la deuxième permettra aux participants de trouver une idée d'entreprise en se servant de leur compétence, et la troisième servira à la préparation d'un plan d'action permettant d'élaborer une idée d'entreprise.

1.2 «Irritants» du quotidien

Expliquez aux participants que la première source à laquelle puiser afin de découvrir une idée d'entreprise se trouve dans l'environnement quotidien. Les petits et grands «irritants» de la vie forment en effet une source quasi inépuisable d'idées d'entreprises. Prenez l'exemple du tapis «sauve-pantalon» ou des déflecteurs d'air sur les essuie-glaces afin d'illustrer le concept. Ces deux produits ont été «inventés» par des personnes qui ont trouvé une solution à un problème qui, s'il les dérangeait personnellement, devait gêner plusieurs autres personnes. Elles ont régler un problème et en ont fait une idée d'entreprise.

Demandez aux participants de vous dire quels sont leurs irritants. Prenez cinq minutes pour les noter au tableau. L'exercice permettra de mieux intégrer le concept.

Ensuite, expliquez aux participants que ces irritants peuvent se repérer dans plusieurs circonstances : au travail, entre amis, à la maison, à l'école, etc. Il s'agit maintenant pour eux d'être à l'écoute des «chialages» des autres et d'acquérir le réflexe de se dire : «Est-ce que je peux régler le problème et démarrer une entreprise avec ma solution?»

Donnez des exemples sur les irritants au travail : les clients de votre patron actuel ou d'un ancien patron (emploi à temps partiel ou emploi d'été) avaient certainement des plaintes à formuler. Quelles étaient-elles? Pouvez-vous régler le problème et offrir un meilleur produit ou service? Votre patron devait sans doute avoir des plaintes envers ses fournisseurs. Quelles étaient-elles et pourriez-vous régler ces problèmes? Vos collègues avaient assurément des plaintes au sujet des instruments de travail? etc.

Dites aussi aux participants que s'ils prennent la peine de côtoyer des gens d'affaires, ils pourront être à l'écoute de leurs irritants et y découvrir des idées de produits ou de services à offrir aux entreprises de leur localité.

Permettez aux participants de s'exprimer sur le sujet des irritants du quotidien. Demandez-leur de vous donner des exemples qui viennent de leur expérience personnelle.

1.3 Données statistiques et médias

Les données statistiques et les médias sont aussi une source d'information très riche pour quelqu'un à la recherche d'une idée d'entreprise. Mentionnez les données du recensement canadien, les études faites par différents ministères ou organismes gouvernementaux et les reportages ou les sondages des journaux ou des revues d'affaires.

Servez-vous de la pyramide des âges afin d'expliquer l'utilisation des données du recensement canadien pour trouver une idée d'entreprise. La pyramide des âges se renverse, c'est-à-dire que le marché de l'avenir aura les cheveux gris. Expliquez aussi que le marché d'aujourd'hui est formé des *baby boomers*. Mentionnez que les données statistiques sur la population annoncent que le marché québécois sera de plus en plus multiculturel.

Demandez aux participants de donner des exemples de produits ou de services qu'ils pourraient offrir au marché des personnes âgées d'aujourd'hui, de celles de demain, au marché actuel des *baby boomers* et au marché croissant des nouveaux arrivants.

Expliquez aux participants que les journaux ou les revues d'affaires recèlent une mine d'information sur les nouvelles tendances dans la consommation et sur les nouveaux produits ou services offerts sur le marché. À leur lecture, on y voit clairement que les consommateurs d'aujourd'hui veulent des produits et des services sains pour l'environnement, performants et durables.

On constate également que les tendances dans la consommation tournent autour des concepts de retour aux valeurs traditionnelles, de *cocooning* (se faire un nid douillet et y rester), des consommateurs vivant seuls, des préoccupations de santé et de développement de la personne, du «faire-faire» (sous-traitance des entreprises et des personnes), et des techniques de l'information.

Demandez aux participants de donner des exemples de produits ou de services répondant aux nouvelles tendances dans la consommation.

1.4 Compétences de l'entrepreneur en devenir

Enfin, il vous faudra expliquer aux participants que la meilleure source pour trouver une idée d'entreprise provient de l'entrepreneur en devenir lui-même. En effet, un examen de ses compétences (formation et expérience) et de ses centres d'intérêt aidera tout entrepreneur potentiel à découvrir le type d'entreprise dans lequel il sera à l'aise, performant et dans lequel il aura le plus de chances de succès.

2 Exercice - Trouver une idée d'entreprise qui me ressemble (35 minutes)

2.1 Consignes pour l'exercice

Expliquez aux participants que l'exercice leur permettra de mettre en application la source d'idée d'entreprise relevant des compétences de l'entrepreneur en devenir. Durant quinze minutes, ils travailleront sur le questionnaire fourni dans leur journal de bord afin de mettre en évidence une ou des idées d'entreprises pour lesquelles ils possèdent les compétences nécessaires. Ensuite, chaque participant discutera durant une vingtaine de minutes avec un autre participant, de préférence quelqu'un qui le connaît bien, de son idée d'entreprise.

2.2 Travail individuel

Les participants travaillent sur le questionnaire.

2.3 Discussion avec un coéquipier sur les idées dégagées durant le travail individuel

Ici, le participant A livre au participant B le résultat de sa réflexion et lui demande de lui transmettre ses commentaires et suggestions sur l'idée d'entreprise qu'il a trouvée. Ensuite, le participant B fait de même.

3 Notions essentielles pour préparer un plan d'action permettant d'élaborer une idée d'entreprise (20 minutes)

Expliquez aux participants que, s'il est important d'avoir repéré une idée d'entreprise, il est encore plus important de l'élaborer et de s'assurer qu'elle est réalisable. Pour ce faire, on doit évaluer la concurrence, le marché et la disponibilité des ressources nécessaires.

3.1 Évaluer la concurrence

Précisez aux participants que, afin d'évaluer la concurrence, il faut d'abord savoir la reconnaître : la concurrence est formée de toutes les entreprises qui offrent un produit ou un service qui répond au même besoin que leur produit ou leur service. Par exemple, les épiceries sont en concurrence entre elles, les bijoutiers, les

quincailliers et les stations-services entre elles aussi. Donnez des exemples d'entreprises connues dans la région.

Ensuite, il faut évaluer les forces et les faiblesses des entreprises : ce qu'elles font de bien et de moins bien. Par exemple, on peut évaluer l'accueil à la clientèle, la politique de prix et de service après-vente, l'ambiance et la décoration, l'accessibilité et le stationnement, la qualité des produits ou des services offerts, les délais de livraison, etc. Il faut tenir compte de tous les aspects importants pour le consommateur, bref toutes les facettes de l'entreprise qui vont influer sur son choix entre une entreprise ou une autre pour faire ses achats.

La réflexion sur la concurrence va permettre à l'entrepreneur en devenir de bien situer son idée d'entreprise par rapport à ce qui existe déjà sur le marché. Il pourra aussi d'évaluer s'il est capable de faire mieux que la concurrence.

Pour mener à bien sa réflexion, le futur entrepreneur aura besoin d'information sur ses concurrents. Il pourra trouver des renseignements dans les pages jaunes de l'annuaire téléphonique, auprès des organismes de développement économique de sa région, en fouillant dans les revues spécialisées et dans sa propre connaissance du secteur d'activité.

3.2 Évaluer le marché

L'entrepreneur en devenir devra aussi évaluer le marché, c'est-à-dire déterminer si le nombre de clients potentiels est suffisant pour justifier l'arrivée d'un nouveau concurrent sur le marché. Dans ce but, il devra faire une étude de marché soit à l'aide de données secondaires (statistiques disponibles), soit par l'intermédiaire d'une enquête (groupe de discussion ou sondage). Encore ici, sa connaissance du secteur d'activité et l'aide des organismes de développement économique de la région lui seront d'une grande utilité.

Il est important à cette étape que vous démystifiez l'étude de marché. Bien qu'elle soit très rébarbative d'apparence et demande beaucoup de travail, l'étude de marché est accessible à quiconque veut bien s'en donner la peine. Pour l'activité «Comment trouver une idée d'entreprise», vous ne devez pas pousser trop loin la discussion sur les aspects techniques de l'étude de marché mais plutôt insister sur son importance.

3.3 Évaluer la disponibilité des ressources nécessaires

Enfin, l'entrepreneur en devenir devra évaluer la disponibilité des ressources nécessaires à la concrétisation de son idée d'entreprise, soit les ressources humaines, matérielles et financières.

Le futur entrepreneur doit évaluer si les ressources humaines dont il aura besoin pour exploiter son entreprise sont disponibles dans la région où il veut s'installer, et à quel coût. Il devra aussi vérifier si les matières premières, l'équipement et

l'outillage sont disponibles et à quel coût. Enfin, il devra s'assurer que ses ressources financières (mise de fonds et capacité d'emprunt) seront suffisantes pour financer le démarrage de son entreprise.

Encore une fois, pour l'activité «Comment trouver une idée d'entreprise», vous ne devez pas pousser trop loin la discussion sur le côté technique de l'évaluation de la disponibilité des ressources nécessaires, mais plutôt insister sur son importance; en outre, la connaissance du secteur d'activité de la part du futur entrepreneur et l'aide des organismes de développement économique de la région lui seront d'une grande utilité.

4 Exercice - Préparation d'un plan d'action (15 minutes)

4.1 Consignes sur l'exercice

Demandez aux participants de faire leur plan d'action personnel en se servant du formulaire fourni dans leur journal de bord.

4.2 Préparation individuelle d'un plan d'action

Les participants travaillent individuellement sur leur plan d'action personnel durant une quinzaine de minutes.

5 Suivi et soutien, retour sur les objectifs et présentation sommaire de la prochaine activité (5 minutes)

5.1 Suivi de l'activité

Expliquez aux participants que s'ils veulent un jour démarrer leur propre entreprise, ils auront à trouver une idée d'entreprise et à l'élaborer. Mentionnez que ce processus peut prendre de quelques semaines à quelques années selon l'énergie qu'ils y mettront. Insistez sur le fait que d'autres l'ont fait, donc que c'est réalisable. Ils ont d'ailleurs vu des exemples d'entrepreneurs dans la vidéo présentée durant la première activité et à l'occasion de la visite d'un entrepreneur en classe.

5.2 Soutien possible pour réaliser le plan d'action

Mentionnez aux participants que, pour réaliser leur plan d'action personnel, ils peuvent bénéficier du soutien des organismes de développement économique de la région et des ressources de l'établissement d'enseignement (orienteurs, clubs d'entrepreneurs étudiants, enseignants). Les participants rencontreront d'ailleurs les représentants des principaux organismes de développement économique au cours de la dernière activité du quatrième bloc.

5.3 Retour sur les objectifs afin d'en vérifier l'atteinte par les participants

Demandez aux participants d'évaluer la rencontre d'après les objectifs qui avaient été énumérés au départ.

5.4 Présentation sommaire de la prochaine activité

Expliquez aux participants que, dans le prochain bloc, ils auront l'occasion de prendre connaissance du profil des entrepreneurs qui ont réussi et d'établir leur propre profil entrepreneurial. Dites-leur aussi qu'ils y entendront parler du fameux plan d'affaires.

Bloc 3 Moi... entrepreneur?

En plus de trouver une idée d'entreprise, pour être ou devenir entrepreneur, il faut posséder ou acquérir certaines caractéristiques, qualités et compétences. Quoiqu'il n'y ait pas de profil entrepreneurial unique (chaque entrepreneur étant unique en soi), les entrepreneurs qui ont réussi partagent, à des degrés divers, certaines caractéristiques personnelles. Dans un premier temps, le troisième bloc traitera de ce sujet.

Le thème et la destination du voyage étant choisis, il faut maintenant définir le rôle de chacun et établir l'itinéraire!

L'entrepreneur doit évidemment travailler très fort pour passer de la bonne idée à la bonne affaire. Quand il a trouvé son idée d'entreprise, il doit procéder à l'élaboration de son plan d'affaires. Ce dernier est le résultat des démarches faites par l'entrepreneur pour trouver les renseignements dont il a besoin avant de démarrer son entreprise. Le troisième bloc d'activités abordera donc le fameux plan d'affaires.

But

Le but des activités du troisième bloc consiste à faire découvrir aux participants les caractéristiques des entrepreneurs qui ont réussi et à leur permettre de s'auto-évaluer par rapport à ces caractéristiques (activité 3.1), à prendre connaissance des étapes et des exigences du démarrage d'une entreprise (activité 3.2) et à valider leur démarche et leur apprentissage en visionnant une vidéo qui leur présentera des exemples d'entrepreneurs en action (activité 3.3).

Activité 3.1 Le profil de l'entrepreneur... et le mien

D'une durée de 90 minutes, l'activité 3.1 consiste essentiellement à permettre aux participants de dresser leur propre profil entrepreneurial.

Objectifs

- Prendre connaissance des caractéristiques des entrepreneurs qui ont réussi.
- Évaluer ses propres caractéristiques entrepreneuriales.
- Préparer un plan d'action sommaire afin de développer ses propres caractéristiques entrepreneuriales.

Sommaire du contenu et des stratégies

1. Débutez par un exposé sur les caractéristiques des entrepreneurs et leur importance pour une personne qui veut soit trouver un emploi, soit créer le sien (20 minutes).
2. Demandez ensuite aux participants de s'autoévaluer sur chacune des caractéristiques en donnant un exemple sur la façon dont ils ont démontré cette caractéristique par le passé (20 minutes).
3. Faites placer les participants deux à deux et demandez-leur de discuter des façons dont ils ont chacun fait preuve de ces caractéristiques et de la manière dont ils pourraient s'améliorer au regard de celles qu'ils exploitent moins souvent (30 minutes).
4. Revenez avec un exposé sur les façons d'améliorer les caractéristiques entrepreneuriales et l'aide disponible à cet égard ainsi que sur la préparation d'un plan d'action en ce sens (10 minutes).
5. Demandez aux participants de préparer leur propre plan d'action (10 minutes).
6. Exposez le suivi et le soutien possible à l'égard de l'activité; vérifiez l'atteinte des objectifs et présentez sommairement la prochaine activité (5 minutes).

Contenu et stratégies détaillés

1 Qui est l'entrepreneur et que fait-il? (20 minutes)

La première partie de l'activité a pour objectif de présenter aux participants les caractéristiques attribuées aux entrepreneurs qui réussissent et de les sensibiliser à leur importance tant pour démarrer une entreprise que pour créer son propre emploi dans une organisation existante.

1.1 Introduction à l'activité

1.1.1 Objectifs de l'activité

L'activité «Le profil de l'entrepreneur... et le mien» a pour objectif de faire prendre connaissance aux participants des caractéristiques des entrepreneurs qui ont réussi, de leur permettre d'évaluer leurs propres caractéristiques entrepreneuriales et de préparer un plan d'action personnel pour les développer.

1.1.2 Déroulement de l'activité

Pour atteindre ces objectifs, des exposés, des discussions de groupe et des exercices individuels et en groupe de deux seront utilisés. La première partie portera sur les caractéristiques des entrepreneurs, la deuxième permettra d'évaluer les caractéristiques entrepreneuriales des participants, et la dernière servira à préparer le plan d'action.

1.2 Mini-séance de remue-méninges sur les caractéristiques des entrepreneurs

Débutez par une mini-séance de remue-méninges sur les caractéristiques des entrepreneurs. Pendant cinq à dix minutes, listez au tableau toutes les caractéristiques des entrepreneurs qui viennent à l'esprit des participants. Laissez le groupe parler et lancer des idées jusqu'à ce que vous ayez obtenu un nombre suffisant de caractéristiques (entre quinze et vingt). À la fin, vous vous retrouverez peut-être devant un tableau comportant les caractéristiques suivantes :

- Fait arriver les choses
- Innovateur
- Planification
- Créativité
- Énergie
- Aime gagner
- Travailleur
- Communicateur
- Indépendant
- Aime l'argent
- Prendre des décisions
- Créateur d'emplois
- Leader
- Organise des choses
- Dirige du personnel
- Bâtisseur
- Opportuniste
- Vendeur
- Gestionnaire
- Prise de risque
- Contrôleur, etc.

Consignez toutes les caractéristiques énoncées par les participants sans porter de jugement. Lorsque vous considérerez en avoir rassemblé suffisamment pour la discussion, arrêtez la mini-séance de remue-méninges.

1.3 Commentaires sur les caractéristiques issues de la mini-séance de remues-méninges

Après la mini-séance de remue-méninges, reprenez chacune des caractéristiques nommées par les participants et séparez-les entre les caractéristiques personnelles de l'entrepreneur et les choses qu'il fait. Par exemple, dans la liste donnée plus haut, on peut considérer parmi les caractéristiques personnelles :

- Innovateur
- Créatif
- Énergique
- Travailleur
- Communicateur
- Indépendant
- Leader
- Vendeur
- Opportuniste
- Prise de risque, etc.

Les autres éléments de la liste représentent plutôt ce que fait l'entrepreneur : planifie, organise, dirige et contrôle, il gère, prend des décision, etc.

1.4 Les caractéristiques des entrepreneurs qui ont réussi

Expliquez aux participants que les entrepreneurs sont habituellement des gens qui :

- sont plein d'énergie et qui travaillent beaucoup;
- terminent ce qu'ils entreprennent;
- viennent d'un milieu où ils ont été souvent en contact avec d'autres entrepreneurs;
- sont autonomes et se sentent en contrôle de leur vie;
- sont d'excellents communicateurs, sont convaincants;
- font preuve de leadership;
- aiment prendre des décisions;
- font preuve d'optimisme et d'enthousiasme;
- ont confiance en eux;
- prennent des risques calculés;
- sont créatifs et innovateurs;
- connaissent bien les affaires et le secteur d'activité dans lequel ils veulent lancer ou ont lancer leur entreprise;
- possèdent des habiletés ou des connaissances en gestion.

Tout en expliquant ces caractéristiques aux participants, prenez le soin de leur mentionner qu'il s'agit là des principales caractéristiques et qu'il en existe d'autres (comme celles qui ont été décrites dans la mini-séance de remue-méninges). Précisez-leur aussi que les entrepreneurs possèdent ces caractéristiques à des degrés divers, plus ou moins, mais qu'elles sont toutes importantes pour réussir en affaires.

2 Exercice - Évaluation des caractéristiques entrepreneuriales des participants (10 minutes)

2.1 Évaluation personnelle de ses propres caractéristiques entrepreneuriales à l'aide d'exemples vécus

Demandez aux participants d'évaluer leurs caractéristiques entrepreneuriales sur l'échelle fournie dans leur journal de bord et de noter, pour chacune d'elles, dans l'espace réservé à cet effet, un exemple de comportement qui explique la «note» qu'ils se donnent (situation où ils ont fait preuve ou non de la caractéristique). Donnez-leur dix minutes pour ce faire.

3 Exercice - Évaluation du coéquipier et mise en commun (10 minutes)

3.1 Consignes sur l'exercice.

Expliquez aux participants que pour l'exercice d'évaluation des caractéristiques entrepreneuriales de leur coéquipier, ils devront travailler deux par deux. Présentez ensuite le déroulement de l'exercice tel qu'il est décrit plus bas.

3.2 Exercice par les participants

3.2.1 «Pairage» des participants

Les participants se regroupent deux à deux en tenant compte de leur préférence personnelle. Puis, il serait pertinent que vous insistiez sur le fait qu'il n'est pas toujours facile d'admettre la critique, même constructive, et que l'exercice qui suivra aidera les participants à démontrer leurs capacités en ce sens pour s'améliorer et devenir de meilleurs entrepreneurs.

Suggestion

Il peut arriver que les participants (tout le groupe ou quelques personnes) résistent à l'exercice: proposez-leur alors de discuter du résultat de leur réflexion personnelle sur leurs caractéristiques entrepreneuriales avec un ami ou quelqu'un en qui ils ont confiance et avec qui ils pourront partager leurs idées sans crainte après l'activité, chez-eux.

3.2.2 Évaluation du coéquipier d'après des exemples de comportements observés

Demandez ensuite aux participants d'évaluer leur coéquipier selon la même échelle et en donnant un exemple de comportement expliquant la «note» qu'ils lui attribuent. Donnez-leur dix minutes pour ce faire.

3.3.3 Partage des évaluations des participants travaillant deux par deux et mise en commun avec l'évaluation personnelle

Demandez aux participants de partager leur évaluation avec leur c0équipier. Ainsi le participant A explique au participant B l'évaluation qu'il fait de ses caractéristiques entrepreneuriales. Ensuite, le participant B fait de même envers le participant A. Donnez-leur quinze minutes pour ce faire.

Prévoyez ensuite dix minutes pour que les participants puissent réfléchir et faire le lien entre leur propre évaluation et celle qui a été faite par leur coéquipier.

4 Exercice - Préparation du plan d'action personnel afin d'améliorer les caractéristiques entrepreneuriales des participants (10 minutes)

4.1 Consignes sur l'exercice

Expliquez aux participants que les entrepreneurs qui ont réussi ont aussi comme caractéristique de se donner des objectifs et des plans d'action pour les atteindre. Mentionnez-leur que les employeurs d'aujourd'hui recherchent chez leurs futurs employés des qualités qui ressemblent beaucoup à celles des entrepreneurs : autonomie, sens du contrôle de l'environnement, énergie, confiance en soi, etc. Insistez sur le fait que ces qualités peuvent être acquise ou se développer si l'on fait les efforts nécessaires.

Dites-leur que durant les dix prochaines minutes, ils devront réfléchir sur les actions qu'ils pourraient entreprendre afin de développer les caractéristiques sujettes à amélioration d'après l'exercice précédent et qu'ils devront aussi discuter de ces actions avec leur coéquipier.

4.2 Explications sur les solutions possibles afin d'améliorer les caractéristiques attribuées aux entrepreneurs qui ont réussi

Expliquez aux participants qu'il y a plusieurs types de solutions pour améliorer leurs caractéristiques entrepreneuriales et qu'elles dépendent toutes de la volonté de changer.

La meilleure façon de découvrir les solutions possibles est de travailler sur les comportements qui démontrent la possession de telle ou telle caractéristique. En reprenant leur évaluation personnelle et celle qui a été faite par leur coéquipier, les participants devront décrire le comportement qu'ils auraient dû démontrer s'ils avaient été des entrepreneurs «parfaits» et noter la façon dont ils pensent pouvoir en arriver à adopter ce comportement dans l'avenir.

5 Élaboration du plan d'action par les participants (10 minutes)

5.1 Travail individuel sur le plan d'action

Les participants travaillent individuellement sur leur plan d'action personnel en notant les actions à envisager (et l'échéance) afin d'améliorer leurs caractéristiques entrepreneuriales.

5.2 Discussion des actions envisagées avec le coéquipier

Le participant A explique au participant B les actions qu'il compte prendre et le participant B fait de même avec son propre plan d'action.

5.3 Suggestions d'actions de la part du coéquipier d'après des exemples de comportements à éviter ou à favoriser

Après la discussion, les participants commentent tour à tour le plan d'action de leur coéquipier et peuvent suggérer des actions de nature à modifier les comportements à améliorer.

5.4 Mise au point du plan d'action personnel

Chaque participant modifie son plan d'action à la suite des commentaires et des suggestions de son coéquipier.

6 Suivi et soutien, retour sur les objectifs et présentation sommaire de la prochaine activité (5 minutes)

6.1 Suivi de l'activité

Expliquez aux participants que, s'ils veulent améliorer leurs caractéristiques entrepreneuriales, ils doivent assurer le suivi de l'activité en se donnant tous les outils nécessaires à la réalisation de leur plan d'action personnel.

6.2 Soutien possible pour réaliser le plan d'action personnel

Pour les aider à assurer le suivi de l'activité, informez les participants sur le soutien possible à l'intérieur de l'établissement d'enseignement (orienteurs, clubs d'entrepreneurs étudiants ou autres), et à l'extérieur de l'établissement d'enseignement (organismes de développement économique dont les représentants viendront les rencontrer durant la dernière activité de la série).

6.3 Retour sur l'importance des caractéristiques des entrepreneurs pour créer son emploi (entrepreneurship ou intrapreneurship)

Faites un retour sur les caractéristiques des entrepreneurs et expliquez encore une fois que les employeurs d'aujourd'hui recherchent les mêmes caractéristiques chez les employés qu'ils engagent.

6.4 Retour sur les objectifs afin d'en vérifier l'atteinte par les participants

Demandez aux participants d'évaluer la rencontre d'après les objectifs qui avaient été énumérés au départ.

6.5 Présentation sommaire de la prochaine activité

Expliquez aux participants que, durant la prochaine rencontre, vous discuterez du plan d'affaires.

Activité 3.2 De la bonne idée à la bonne affaire

D'une durée de 90 minutes, l'activité 3.2 a pour but de permettre aux participants d'expérimenter la démarche qui mène à l'élaboration d'un plan d'affaires; celui-ci contient les bases de la création d'une entreprise ainsi que les stratégies qui seront employées, de même que les résultats attendus des premières années d'exploitation.

Jusqu'à maintenant, les activités de sensibilisation ont permis aux participants de rencontrer des gens en affaires, de connaître leur champs d'étude sous l'angle de l'entrepreneurship, de trouver une idée d'entreprise et de dégager leurs propres caractéristiques entrepreneuriales. La présente activité consiste à faire vivre aux participants une étape fondamentale par laquelle doit passer quiconque veut lancer une entreprise ou mettre en oeuvre un projet.

Objectifs

- Prendre connaissance des composantes d'un plan d'affaires et des démarches nécessaires à sa réalisation.

- Produire une ébauche d'un plan d'affaires.

Les objectifs seront atteints grâce à une mise en situation où les participants rédigeront une ébauche de plan d'affaires qui sera une projection tantôt réaliste, tantôt fictive d'une éventuelle entreprise. Le mot d'ordre de l'activité pourrait être : «Pour réussir en affaires, il faut plus que du flair... il faut aussi de la planification.»

Sommaire du contenu et des stratégies

1. Débutez en présentant les objectifs de l'activité et le déroulement de l'activité (5 minutes).

2. Demandez aux participants de faire l'exercice. Ils ont le choix de travailleur individuellement ou en groupe de deux ou trois. À la fin de l'exercice, ils devront avoir rempli le plan d'affaires sommaire inclus dans leur journal de bord (55 minutes).

3. Revenez en grand groupe pour la mise en commun. À tour de rôle, les équipes ou les participants qui le souhaitent présentent l'essentiel de leur plan d'affaires (25 minutes).

4. Vérifiez l'atteinte des objectifs et présentez sommairement la prochaine activité (5 minutes).

Contenu et stratégies détaillés

1 Présentation de l'activité (5 minutes)

L'activité de mise en situation «De la bonne idée... à la bonne affaire» a pour objectif de faire prendre connaissance aux participants des composantes d'un plan d'affaires et de la démarche en permettant la réalisation. Elle vise aussi à leur faire rédiger une ébauche de plan d'affaires. Ces objectifs seront atteints par un exposé, un exercice et la mise en commun des résultats de l'exercice.

1.1 Idée d'entreprise

Expliquez aux participants qu'ils peuvent utiliser l'idée d'entreprise trouvée à l'exercice 2.2 ou toute autre idée de projet qu'ils auront. Certains participants savent d'emblée qu'ils veulent se lancer en affaires et, pour ces personnes, l'ébauche du plan d'affaires sera alors une projection réaliste d'une idée d'entreprise déjà en gestation. Les autres vivront l'exercice comme un jeu dans une perspective plus fictive. Dans ce dernier cas, la démarche n'en sera pas moins pédagogique.

1.2 Mise en situation

Présentez le principe de la mise en situation: l'intention n'est pas de faire rédiger un véritable plan d'affaires aux participants, comme le feraient des entrepreneurs. Le but de l'activité est l'expérimentation de la démarche qui mène à l'élaboration d'un plan d'affaires. À la fin de l'exercice, les participants auront produit une ébauche de plan d'affaires qui comportera autant d'affirmations que d'interrogations. Ils y prendront aussi conscience des forces et des faiblesses, justifiées dans les circonstances, de l'ébauche de leur plan d'affaires.

2 Présentation du plan d'affaires et exercice (55 minutes)

2.1 Une comparaison pour mieux comprendre

Il faut vulgariser l'expression **«plan d'affaires»**. Une façon de le faire consiste à le comparer à un plan d'architecte.

Ainsi, les entrepreneurs de construction se servent de plans complets précisant toutes les étapes de l'édification d'un immeuble. Outre qu'ils doivent respecter les normes de construction, ces plans comportent des précisions sur la qualité et la quantité de tous les matériaux sélectionnés. Cela facilite le calcul détaillé du coût. Et les plans ne servent pas qu'une seule fois. Plus tard, on les réutilisera pour mieux planifier des transformations ou des réparations.

Par ailleurs, ces documents peuvent être des moyens publicitaires efficaces. Ne voit-on pas souvent la vente de copropriétés ou de maisons unifamiliales dans un ensemble résidentiel se faire uniquement «sur plan»? Demandez aux participants

s'ils feraient construire un jour leur maison par un entrepreneur qui n'utiliserait aucun plan, travaillant à la bonne franquette? La même logique s'applique au plan d'affaires dans la création d'une entreprise.

Précisez aux participants que l'on élabore un plan d'affaires en premier lieu pour soi. Il doit fournir tous les renseignements nécessaires sur ***où on veut aller*** et ***ce dont on a besoin pour y arriver***. On planifie et on organise efficacement la création d'une entreprise d'abord sur papier, comme l'architecte le fait pour une maison. Un plan d'affaires permet de savoir si la «bonne idée» est une «bonne affaire». Préparé avec réalisme, le plan d'affaires indiquera si le projet est rentable. Il est toujours mieux de faire faillite sur papier que dans la réalité!

Un plan d'affaires peut aussi être préparé à l'intention de personnes de l'extérieur de la future entreprise, notamment pour le banquier en vue d'obtenir un prêt de démarrage et une marge de crédit, pour le consultant afin de profiter de conseils pratiques, pour le représentant du gouvernement en vue d'être admissible aux divers programmes d'aide financière et technique. Comme l'architecte, l'entrepreneur doit aussi vendre son idée d'entreprise à d'autres personnes.

2.2 Sections du plan d'affaires

Il existe plusieurs modèles de plans d'affaires. Selon les secteurs et les domaines d'activité, les plans comportent des variantes dans leur présentation. De toute manière, un bon plan d'affaires doit être à la fois clair et concis.

Même si le modèle présenté ici est simplifié, il comprend néanmoins les éléments habituellement retenus dans le monde des affaires : la **description de l'entreprise**; la **présentation des promoteurs**; le **calendrier**; le **plan de marketing**; les **activités de l'entreprise**; et les **prévisions financières.**

Toutefois, dans l'exercice qui suit, l'accent sera mis sur : la description de l'entreprise; le plan de marketing; et les activités de l'entreprise. Moins techniques, donc plus à la portée des participants, ces sections pourront être remplies plus facilement.

Présentez le schéma simplifié qui suit en respectant la consigne qui apparaît entre parenthèses au début de chaque section. Pendant ce temps, les participants utilisent le plan d'affaires du journal de bord.

La description de l'entreprise

(Consacrez **15 minutes** aux explications et à l'exercice en petits groupes.)

La première section du plan d'affaires doit faire comprendre à toute personne qui le lira l'essentiel du projet que le promoteur met en avant. S'y trouvent exprimés l'idée de départ, la mission et les produits (ou les services) de l'entreprise, le secteur et le domaine d'activité ainsi que les objectifs visés par les promoteurs.

Une bonne façon de débuter, c'est de camper l'**idée de départ**. D'où est venue l'idée? Quel besoin mal comblé ou nouveau a été décelé par le promoteur? Demandez aux participants de décrire très brièvement, en une phrase, l'idée ou l'observation sur laquelle repose le projet et qui facilitera sans doute la définition de la mission de l'entreprise.

Exemple 1 : Dans la municipalité de _____ ou le quartier _____ de la ville de _____, nous avons remarqué un manque flagrant de services de _____.

Le produit (ou le service) _____ est offert à un prix exorbitant. Il nous est apparu possible de _____.

Quelle est la **mission** de l'entreprise?

Mission? Le mot peut paraître insolite dans le monde des affaires. Il faut tout simplement présenter la mission comme une réponse au «besoin mal comblé ou nouveau» qui a fait penser à l'idée d'entreprise. Il s'agit de la raison d'être de l'entreprise.

En deux ou trois phrases, l'énoncé de la mission doit présenter: la clientèle à qui s'adresse l'entreprise, le produit (ou le service) et les conditions dans lesquelles le produit (ou le service) sera offert.

Exemple 2 : Notre entreprise offrira à la population de _____ le produit _____, en tout temps, en quantité suffisante et à un prix très compétitif.

Nous offrirons aux propriétaires de _____ un service de _____ avec une garantie exclusive et à des prix gradués selon les niveaux de _____.

Quels sont le **secteur** et le **domaine d'activité**?

Les renseignements colligés à l'activité 2.1 sont d'une grande utilité à cette étape-ci. Il faut donc préciser le **secteur** d'activité (exploitation, fabrication, commerce de gros ou de détail, service) et le **domaine** (restauration, agriculture, tourisme, réparation, aquiculture, etc.). De plus, il est impératif d'ajouter les tendances et le contexte où naîtra et progressera l'entreprise. Est-ce un domaine en expansion? Comment s'annonce l'avenir dans ce secteur?

Quels sont les **objectifs** que les promoteurs visent avec leur entreprise?

Dans les petites organisations, les objectifs personnels du promoteur et ceux de l'entreprise coïncident souvent. C'est pourquoi il est vital de les fixer avec réalisme. Ici, il convient d'énumérer des objectifs à court et à long terme.

Exemple 3 : Atteindre la rentabilité avant la fin de la première année d'exploitation.

Réaliser un profit de ____$ à la fin de ____.

Faire connaître l'entreprise à ____ p. 100 de la clientèle visée.

Exploiter le marché de _____ dans cinq ans.

Présentation des promoteurs

(À lire seulement.)

Il n'est pas superflu de répéter que plusieurs personnes de l'extérieur de l'entreprise sont susceptibles de lire le plan d'affaires. Entre autres, le banquier sera particulièrement désireux de connaître les personnes à qui il accordera le financement. Il évaluera chez le promoteur les compétences professionnelles et techniques, les expériences passées liées au domaine d'activité, les aptitudes à gérer une entreprise et, bien sûr, la situation financière personnelle. S'il y a plus d'un promoteur, les forces des uns doivent compenser les points faibles des autres. De plus, le banquier cherchera à connaître les responsabilités de chacun dans l'entreprise.

Habituellement, le curriculum vitae et le bilan personnel des promoteurs sont inclus en annexe au plan d'affaires.

Calendrier

(À lire seulement.)

Le calendrier c'est la description des actions à mener dans le temps. Une bonne planification des grandes étapes avec les dates prévues pour l'exécution démontre le réalisme des promoteurs, tant à eux-mêmes qu'à un banquier ou à un représentant du gouvernement. Le réalisme est la première qualité d'un calendrier.

Les promoteurs fixent les étapes qu'ils pensent devoir franchir jusqu'au démarrage de leur entreprise, en spécifiant les délais et les actions à entreprendre pour exécuter chacune de ces étapes.

Plan de marketing

(Consacrez **30 minutes** aux explications et à l'exercice en petits groupes.)

Le plan de marketing comporte deux parties: l'**étude de marché** et le **plan de mise en marché**.

Dès l'abord, faites valoir aux participants l'importance de la question suivante: «**Existe-t-il un marché pour mon entreprise?**» Insistez sur le fait que la réussite du projet tient à la désignation de la clientèle. Qui achètera le produit ou le service? Il faut bien connaître la clientèle visée avant de lancer son entreprise. C'est ce que l'on appelle **l'étude de marché**.

Pourquoi mettre autant d'importance dans la recherche de la clientèle? Parce que si l'on est au début du processus de conception et de production, la correction ou la prévention d'une erreur est simple et, bien sûr, moins coûteuse. En observant «les causes de la non-qualité, on remarque qu'environ 40 p. 100 de la non-qualité origine d'erreurs survenues à la phase de création d'un produit (ou d'un service): mauvaise évaluation des exigences du client, erreurs de conception du produit.» Voilà pourquoi on dit qu'il vaut mieux fabriquer un produit (ou un service) que l'on a déjà vendu que d'essayer de vendre un produit que l'on a fabriqué.

Demandez aux participants d'établir le mieux possible la **clientèle potentielle** et ses besoins à satisfaire: sexe, âge, état civil, profession, statut social, revenus, propriétaire ou locataire, situation familiale, particularités ethniques, linguistiques et religieuses, habitudes d'achats. Il faut aussi déterminer l'étendue géographique que l'entreprise visera.

Habituellement, plusieurs outils sont disponibles pour déterminer la clientèle: les statistiques gouvernementales, le profil sociodémographique de la municipalité régionale de comté (MRC), des enquêtes, des sondages. Les participants posséderont évidemment des données partielles sur le sujet. C'est pourquoi ils pourraient profiter de l'exercice pour faire un mini-sondage auprès de leurs camarades.

Maintenant, la deuxième question: «Y a-t-il des **concurrents** qui offrent le même produit (ou le même service) sur le territoire de vente prévu?» Une analyse de la concurrence en matière de forces et de faiblesses est indispensable, car l'entreprise projetée devra **se démarquer** de ses concurrentes d'une façon ou d'une autre, par un produit ou un service de meilleur qualité, des prix moins élevés ou une plus grande accessibilité. Demandez aux participants de préciser ce qui distinguera leur entreprise des autres.

Les données ainsi recueillies sur la clientèle visée, ses besoins et la concurrence permettent maintenant aux participants de déterminer la **stratégie de mise en marché**. Elle vise trois buts: attirer la clientèle, la faire acheter et la faire revenir. Mais comment? C'est ici que les participants mettent au point les caractéristiques

du produit ou du service, établissent le prix de vente et déterminent l'emplacement de l'entreprise et la publicité qu'ils utiliseront.

Activités de l'entreprise

(Consacrez **10 minutes** aux explications et à l'exercice en petits groupes.)

Selon les particularités de chaque projet, demandez aux participants de préciser comment ils entendent organiser la fabrication de leur produit ou comment ils vont exécuter leur service. On parle ici d'organisation physique (terrain, bâtiment, installation, équipement, etc.) mais aussi de l'engagement du personnel (description de tâches, heures de travail, choix d'employés, salaires, etc.).

Prévisions financières

(À lire seulement.)

La partie sur les prévisions financières est extrêmement importante, tant pour l'entrepreneur que pour l'institution prêteuse. L'entrepreneur doit être le premier à savoir si son projet est rentable et si l'entreprise a des possibilités de croissance dans l'avenir. De son côté, l'institution financière, qui prêtera une partie des fonds, tient à vérifier si l'entreprise sera en mesure de rembourser ses dettes.

L'aspect financier dans un plan d'affaires apparaît sous forme :

- de besoins financiers relatifs au démarrage : les montants à débourser pour que l'entreprise soit mise en activité;

- de prévisions de trésorerie: tout argent qui entre (encaissement: revenus de ventes, emprunt effectué, subvention reçue, etc.) et tout argent qui sort (déboursés : salaires, fournisseurs, loyer, remboursement d'emprunt, intérêts, téléphone, etc.);

- d'états des résultats qui indiquent si l'entreprise fait des bénéfices ou est en déficit;

- de bilan prévisionnel qui montre ce dont l'entreprise dispose pour son fonctionnement (actif) et comment elle se finance (passif et avoir des promoteurs).

Selon les secteurs et les types d'entreprises, les prévisions financières peuvent englober des périodes d'exploitation allant jusqu'à cinq ans.

En conclusion, une des fonctions fondamentales dans une entreprise déjà en activité, c'est la planification. Planifier doit être une activité quotidienne normale. C'est dans la création d'une nouvelle entreprise que la planification prend un sens particulier. Un plan d'affaires nécessite une longue préparation et peut paraître

laborieux. Toutefois, il faut préciser que la vie utile d'un plan d'affaires continue après l'ouverture des portes de l'entreprise. Il devient alors un outil de gestion.

2.3 Exercice

Seuls ou en groupes de deux ou trois personnes, les participants terminent l'ébauche du plan d'affaires selon les directives qui accompagnent chaque section. Il ne faut pas s'attendre que les participants atteignent un niveau de précision analogue aux entrepreneurs. Répétez que, dans cette expérimentation, c'est la démarche qui compte.

3 Mise en commun des ébauches de plan d'affaires (25 minutes)

Chaque personne ou équipe présente en trois minutes l'essentiel de son projet. Pourquoi en si peu de temps? Parce que cela se passera peut-être ainsi un jour devant un banquier, par exemple. Dans la mise en commun, huit équipes ou personnes peuvent donc s'exprimer. Tenez-vous en à trois minutes, cela fait partie de l'apprentissage.

Il est vrai que vous avez là d'un défi difficile à relever avec une partie d'arbitraire et de frustration pour ceux qui le verront comme un simple jeu. Enfin, rappelons qu'il n'y a pas lieu de forcer que que ce soit à produire un compte rendu de son idée d'entreprise.

4 Retour sur les objectifs et présentation sommaire de la prochaine activité (5 minutes)

4.1 Plan d'affaires du journal de bord

Le plan d'affaires du journal de bord permet aux participants de suivre les explications et de comprendre la démarche globale. Invitez-les à y inscrire le résultat de leur réflexion. Ils pourront conserver le document et s'en servir éventuellement.

4.2 Retour sur les objectifs

Demandez aux participants de procéder à l'évaluation de l'activité d'après les objectifs énumérés dès le départ.

4.3 Présentation sommaire de la prochaine activité

Expliquez aux participants que la prochaine activité, le visionnement d'une vidéo, leur permettra de valider et d'enrichir la démarche qu'ils viennent d'expérimenter.

Activité 3.3 La vidéo Du coeur à l'ouvrage

D'une durée de 60 minutes, l'activité 3.3 consiste à visionner une vidéo produite par la Fondation de l'entrepreneurship avec la collaboration d'un grand nombre de partenaires privés et publics. La vidéo est tirée de la série «L'entrepreneurship, voie de l'avenir».

Note

Toutes les vidéos de la série «L'entrepreneurship, voie de l'avenir» sont disponibles auprès du responsable de la médiathèque de votre établissement d'enseignement et auprès de la Fondation de l'entrepreneurship. N'oubliez pas de commander un nombre suffisant d'aide-mémoire sur la vidéo à la DGFPT.

Objectifs

Le but de l'activité est de permettre aux participants de valider et d'enrichir la démarche d'élaboration d'un plan d'affaires qu'ils ont entreprise à l'activité précédente. Pour atteindre ce but, les objectifs suivants sont poursuivis :

- prendre connaissance des expériences variées de démarrage d'entreprises de plusieurs entrepreneurs différents;
- se situer au regard de la démarche globale d'un entrepreneur, en relation avec la démarche entreprise depuis le début des activités de sensibilisation à l'entrepreneurship;
- reconnaître les principales caractéristiques et qualités communes aux entrepreneurs.

Sommaire du contenu et des stratégies

1. Débutez par la présentation des objectifs de l'activité (5 minutes).
2. Procédez au visionnement de la vidéo (30 minutes).
3. Après le visionnement, invitez les participants à faire une discussion structurée de groupe à l'aide du questionnaire (20 minutes).
4. Vérifiez l'atteinte des objectifs et présentez sommairement la prochaine activité (5 minutes).

La vidéo Du coeur à l'ouvrage

Cette vidéo qui fait suite à la première intitulée La passion de bâtir est aussi basée sur des témoignages et montre de façon structurée les qualités de l'entrepreneur, ses motivations, les étapes du démarrage d'une entreprise, les compétences nécessaires, le style de vie d'un chef d'entreprise et les éléments de base d'une entreprise qui fonctionne bien.

Contenu et stratégies détaillés

1 Présentation des objectifs de l'activité (5 minutes)

Présentez les objectifs de l'activité ainsi que la façon dont elle se déroulera. Expliquez en quelques mots l'aide-mémoire que les participants trouveront dans leur journal de bord.

2 Visionnement de la vidéo Du coeur à l'ouvrage (30 minutes)

Note

Il est possible que vous n'ayez pas encore eu la chance de visionner cette vidéo, vous serez alors dans la même situation d'ouverture et de découverte que les participants.

Invitez les participants à noter, en quelques mots seulement, leurs impressions ou leurs réflexions dans leur journal de bord. Ces notes constitueront leur aide-mémoire au moment de la discussion de groupe.

3 Discussion structurée de groupe (20 minutes)

Après le visionnement de la vidéo, animez la discussion à l'aide des questions proposées ici :

- Croyez-vous que devenir entrepreneur cela s'apprend?
- Quelles sont les aptitudes à acquérir ou à développer pour devenir entrepreneur?
- Peut-on devenir entrepreneur sans être riche?
- Est-il nécessaire d'investir son propre argent? Pourquoi?
- Peut-on être entrepreneur indépendamment du lieu géographique où l'on vit? Quels sont les avantages? Quels sont les inconvénients?

- Existe-t-il des ressources, des conseillers pour aider quelqu'un qui veut lancer son entreprise?

- Croyez-vous qu'il faut être un «superman» pour devenir entrepreneur?

- À quel âge devient-on entrepreneur?

- Quelle est la compétence essentielle pour devenir entrepreneur?

- Quand on est élève, outre acquérir une solide formation, que peut-on tenter d'acquérir qui nous servira une fois entrepreneur?

- Être un chef d'entreprise constitue-t-il une vie intéressante? Oui? Non? Pourquoi?

4 Retour sur les objectifs et présentation sommaire de la prochaine activité (5 minutes)

Demandez aux participants d'évaluer la rencontre en fonction des objectifs énumérés au départ. Profitez de l'occasion pour présenter sommairement la prochaine activité.

Bloc 4 L'environnement de l'entreprise

Rien n'existe en vase clos, et l'entreprise ne fait pas exception à la règle. Comme toutes les organisations, elle évolue dans un contexte où plusieurs éléments peuvent avoir une influence sur elle, mentionnons seulement les lois et les règlements qui s'appliquent à l'entreprise. Le futur entrepreneur aura avantage à connaître toutes les facettes de cet environnement qui peuvent autant l'aider que l'importuner.

Juste avant de partir à l'aventure, il faut vérifier les prévisions météorologiques, l'horaire des marées, les conditions climatiques et politiques des pays que nous allons visiter, etc.

Il faut aussi s'assurer que les membres de l'expédition possèdent les outils nécessaires à un bon départ et à une bonne expédition!

But

Le but du quatrième bloc est d'offrir aux participants toute l'information nécessaire pour connaître leur milieu sous l'angle de l'entrepreneurship et, pour ceux qui le voudraient, pouvoir aller plus loin dans leur démarche entrepreneuriale.

Pour atteindre ce but, l'activité 4.1 aidera les participants à comprendre et à interpréter tous les éléments qui peuvent influer sur l'entreprise. Ensuite, l'activité 4.2 leur permettra de situer la démarche entrepreneuriale dans le contexte économique actuel, contexte qui favorise le travail à son compte et la création d'entreprises. Enfin, dans l'activité 4.3, les participants auront la possibilité de rencontrer les intervenants dont le rôle est de soutenir les entrepreneurs dans leur projet d'entreprise.

Autonomie et «internalité»

Un entrepreneur est une personne autonome, qui croit fermement qu'elle contrôle son destin.

Communication

L'entrepreneur doit être un bon communicateur, être convaincant puisque la marjeure partie de son temps, son travail est la vente : la vente de son projet, de son produit ou de son service, de son expertise, etc.

Leadership

L'entrepreneur est un leader naturel. Il peut, avec beaucoup de facilité, diriger une équipe, faire accomplir un travail par d'autres, se faire écouter, etc. Les gens lui font naturellement confiance pour mener à bien un projet ou une tâche.

Prise de décision

Un entrepreneur aime, et doit aimer, prendre des décisions. Il aime avoir le dernier mot. Cependant, que la décision soit bonne ou mauvaise, il sait très bien en accepter les conséquences.

Optimisme et enthousiasme

L'entrepreneur est un éternel optimiste, tout va bien aller. Il s'enthousiasme pour les nouveaux projets, il est en amour avec ce qu'il fait.

Confiance en soi

Tous les entrepreneurs sont des personnes qui croient en leurs capacités, qui connaissent leurs forces et savent les exploiter. Un entrepreneur est, et doit être, persuadé qu'il est le meilleur dans ce qu'il fait.

Propension à la prise de risque

Entreprendre est un risque et l'entrepreneur est très à l'aise avec ce genre de risques. Il n'est pas un joueur mais plutôt un preneur de risque calculé. Il ne joue que lorsqu'il sait pouvoir gagner.

Créativité et innovation

L'entrepreneur est une personne créatrice et innovatrice, cherchant et trouvant des solutions et des façons de faire nouvelles. Il n'aime rien de moins que de sortir des sentiers battus.

Connaissance des affaires et du secteur d'activité

L'entrepreneur qui réussit connaît le monde des affaires et a généralement démarré son entreprise dans un secteur d'activité qu'il connaissait soit par expérience, soit par formation. Sa connaissance des affaires et du secteur d'activité lui permet d'évaluer le risque qu'il prend en lançant son entreprise dans ce secteur.

Connaissances et habiletés en gestion

L'entrepreneur qui réussit connaît aussi la gestion et a acquis, par formation ou expérience, des habiletés lui permettant de gérer efficacement son entreprise.

2 Évaluation des caractéristiques entrepreneuriales

Maintenant que vous avez pris connaissance des caractéristiques des entrepreneurs qui ont réussi, vous êtes en mesure d'évaluer vos propres caractéristiques entrepreneuriales.

Pour faire l'exercice, vous devez vous choisir un coéquipier, de préférence quelqu'un qui vous connaît bien et que vous connaissez bien, puisque cette personne devra vous évaluer et que vous aurez aussi à l'évaluer.

Déroulement de l'exercice

Première étape (10 minutes)

Premièrement, en vous servant du formulaire intitulé «Mon évaluation personnelle», évaluez vos propres caractéristiques entrepreneuriales d'après l'échelle proposée, soit :

- **très fort** : je démontre **toujours** la caractéristique;
- **fort** : je démontre **presque toujours** la caractéristique;
- **moyen** : je démontre **parfois** la caractéristique;
- **faible** : je ne démontre **presque jamais** la caractéristique;
- **très faible** : je ne démontre **jamais** la caractéristique.

Ensuite, dans la dernière colonne du tableau «Exemple de comportement», écrivez un exemple de situation ou de comportement qui explique l'évaluation que vous vous donnez.

Par exemple : «j'ai toujours confiance en moi puisque je suis toujours celui qui parle en premier dans les situations où on demande aux gens de se présenter dans un groupe»; ou «j'aime prendre des décisions parce que chaque fois que l'on sort entre amis, c'est moi qui décide où l'on ira»; ou «je n'ai jamais été mis en contact avec des entrepreneurs ni dans la famille, ni parmi mes amis, je ne connais donc presque rien aux affaires».

Deuxième étape (10 minutes)

Deuxièmement, en vous servant du formulaire intitulé «Mon évaluation de mon coéquipier», faites le même exercice : évaluez sur la même échelle les caractéristiques entrepreneuriales de votre coéquipier et écrivez un exemple de comportement ou de situation expliquant votre évaluation :

- **très fort** : il démontre **toujours** la caractéristique;
- **fort** : il démontre **presque toujours** la caractéristique;
- **moyen** : il démontre **parfois** la caractéristique;
- **faible** : il ne démontre **presque jamais** la caractéristique;
- **très faible** : il ne démontre **jamais** la caractéristique.

Mon évaluation personnelle

Caractéristique	Évaluation					Exemple de comportement
	Très fort	Fort	Moyen	Faible	Très faible	
Énergie et travail						
Ténacité						
Connaissance du milieu entrepreneurial						
Autonomie et «internalité»						
Communication						
Leadership						
Prise de décision						

Mon évaluation personnelle (*suite*)

Caractéristique	Évaluation					Exemple de comportement
	Très fort	Fort	Moyen	Faible	Très faible	
Optimisme et enthousiasme						
Confiance en soi						
Propension à la prise de risque						
Créativité et innovation						
Connaissance des affaires et du secteur d'activité						
Connaissances et habiletés en gestion						

Mon évaluation de mon coéquipier

Caractéristique	Évaluation					Exemple de comportement
	Très fort	Fort	Moyen	Faible	Très faible	
Énergie et travail						
Ténacité						
Connaissance du milieu entrepreneurial						
Autonomie et «internalité»						
Communication						
Leadership						
Prise de décision						

Mon évaluation de mon coéquipier (*suite*)

Caractéristique	Évaluation					Exemple de comportement
	Très fort	Fort	Moyen	Faible	Très faible	
Optimisme et enthousiasme						
Confiance en soi						
Propension à la prise de risque						
Créativité et innovation						
Connaissance des affaires et du secteur d'activité						
Connaissances et habiletés en gestion						

Mon évaluation personnelle de la part de mon coéquipier

Caractéristique	Évaluation					Exemple de comportement
	Très fort	Fort	Moyen	Faible	Très faible	
Énergie et travail						
Ténacité						
Connaissance du milieu entrepreneurial						
Autonomie et «internalité»						
Communication						
Leadership						
Prise de décision						

Mon évaluation personnelle de la part de mon coéquipier(*suite*)

Caractéristique	Évaluation					Exemple de comportement
	Très fort	Fort	Moyen	Faible	Très faible	
Optimisme et enthousiasme						
Confiance en soi						
Propension à la prise de risque						
Créativité et innovation						
Connaissance des affaires et du secteur d'activité						
Connaissances et habiletés en gestion						

Par exemple : «Jean a confiance en lui puisqu'il est toujours certain de ce qu'il dit» ou «Jean est peu créatif puisqu'il ne veut jamais essayer de nouvelles façons de faire les choses; par exemple la fois où...».

Note importante

Dans la formulation de vos exemples de comportement ou de situation envers votre coéquipier, prenez soin de vous servir d'exemples de situation réelle, où vous étiez présent et que vous pouvez décrire parfaitement. Il vaut mieux dire : «La fois où tu...» que «J'ai entendu dire que...». Vous pourrez ainsi mieux expliquer votre perception à votre coéquipier sans porter de jugement.

Troisième étape (15 minutes)

Vous devez maintenant partager avec votre coéquipier vos évaluations mutuelles. Demandez-lui de vous faire part de sa propre évaluation et de ses exemples de comportement, et notez les résultats sur le formulaire «Mon évaluation personnelle de la part de mon coéquipier».

Une fois qu'il a terminé, faites-lui part de votre propre évaluation en débutant par les caractéristiques que vous croyez qu'il possède le plus pour terminer avec celles qu'il exploite le moins souvent.

Ensuite, reprenez le tout mais pour votre évaluation. Faites part à votre coéquipier de votre évaluation de vos caractéristiques et demandez-lui de vous faire part de la sienne.

Pour vous faciliter la tâche

Il n'est pas toujours facile de dire à quelqu'un ce que l'on pense de lui ou, pire, de se faire dire par quelqu'un ce qu'il pense de nous. Dites-vous que le sentiment est partagé par votre coéquipier et faites preuve de diplomatie. Ne portez pas de jugement. Par exemple, ne lui dites pas que vous n'aimez pas tel ou tel comportement, mais plutôt : «Je te perçois comme une personne qui aime décider parce que je t'ai entendu souvent prendre position fermement lorsqu'il faut choisir un endroit où aller dîner» de préférence à : «C'est toujours toi qui décides où nous allons dîner, même si ça ne fait pas l'affaire de tous». Vous passerez ainsi votre message sans blesser votre coéquipier.

Quand votre équipier vous fera part de son évaluation, ne la prenez pas comme un jugement, comme une déclaration d'amour ou de guerre. Recevez son évaluation comme un état de fait, comme la façon dont il vous perçoit. Votre coéquipier peut demeurer votre ami même s'il n'apprécie pas certains de vos comportements. N'en est-il pas de même pour vous?

N'oubliez pas de noter sur le formulaire votre évaluation de la part de votre coéquipier. Vous aurez besoin de ces renseignements pour le prochain exercice.

Quatrième étape (5 minutes)

Pour préparer le prochain exercice, prenez cinq minutes de réflexion afin d'examiner en détail l'évaluation qu'a faite de vous votre coéquipier par rapport à votre évaluation personnelle. Notez les principales différences et les ressemblances.

3 Préparation du plan d'action personnel (25 minutes)

Une autre caractéristique importante des entrepreneurs qui ont réussi est qu'ils se donnent des objectifs et des plans d'action qui leur permettront de les atteindre. Afin de développer les caractéristiques entrepreneuriales jugées sujettes à amélioration, vous devez maintenant vous préparer un plan d'action.

Première étape (10 minutes)

À l'aide des formulaires «Mon évaluation personnelle» et «Mon évaluation de la part de mon coéquipier», pour chacune des caractéristiques des entrepreneurs, notez dans le formulaire «Plan d'action personnel» sous la rubrique «Action à accomplir... selon moi», les solutions que vous envisagez afin d'améliorer la caractéristique en question de même que la date limite que vous vous donnez pour atteindre cet objectif.

Les solutions que vous choisirez devront être réalistes. Par exemple, pour améliorer vos qualités de communicateur, vous pourriez vous inscrire à un groupe de «Toast Master», à une formation en communication ou vous donner comme mandat d'améliorer votre élocution en prenant des cours de diction. Par ailleurs, vous donnez comme objectif de devenir un orateur de premier plan d'ici 30 jours, alors que vous souffrez de timidité chronique ou que vous n'avez jamais parlé en public, n'est peut-être pas réaliste. (À noter que la timidité n'empêche pas de devenir entrepreneur.)

Parmi les solutions ou actions à envisager, notons que les plus souvent utilisées par les entrepreneurs relèvent de la formation ou de l'acquisition d'expérience, c'est-à-dire suivre des cours, participer à des ateliers ou à des séminaires, lire des ouvrages ou des revues, ou se donner l'occasion de prendre de l'expérience directe (en travaillant dans une entreprise qui permettra d'améliorer la situation jugée sujette à amélioration) ou indirecte (en rencontrant des gens qui peuvent nous aider : parrain d'affaires, associé, employé, conseiller, etc.).

Deuxième étape (5 minutes)

Demandez à votre coéquipier de vous faire part des solutions qu'il envisage afin de développer les caractéristiques qu'il juge sujettes à amélioration. Écoutez en prenant des notes, mais ne réagissez pas immédiatement.

Ensuite, faites part à votre coéquipier de votre propre plan d'action.

Troisième étape (5 minutes)

Faites part à votre coéquipier de vos réactions quant aux solutions qu'il a envisagées et proposez-lui-en d'autres si vous le jugez nécessaire. Demandez à votre coéquipier de faire de même pour vous.

Plan d'action personnel

Caractéristique	Action à accomplir		À faire avant le...
	Selon moi	Selon mon coéquipier	
Énergie et travail			
Ténacité			
Connaissance du miilieu entrepreneurial			
Autonomie et «internalité»			
Communication			
Leadership			
Prise de décision			
Optimisme et enthousiasme			
Confiance en soi			

Plan d'action personnel (*suite*)

Caractéristique	Action à accomplir		À faire avant le...
	Selon moi	Selon mon coéquipier	
Propension à la prise de risque			
Créativité et innovation			
Connaissance des affaires et du secteur d'activité			
Connaissances et habiletés en gestion			

Quatrième étape (5 minutes)

Retravaillez votre plan d'action en tenant compte des commentaires et suggestions de votre coéquipier.

4 Conclusion et suivi de l'activité (5 minutes)

Pour vous aider à réaliser votre plan d'action personnel, il existe plusieurs services professionnels à votre disposition, notamment :

- le service d'orientation de votre école, commission scolaire ou cégep;
- les clubs d'entrepreneurs étudiants et les enseignants qui s'y engagent comme personnes-ressources;
- les organismes de développement économique de votre région.

Toutes ces personnes pourront vous orienter vers la formation ou les ressources qui pourront le mieux vous aider à atteindre les objectifs que vous vous êtes fixés dans votre plan d'action. Elles connaissent bien les programmes et les services d'aide du milieu, de même que les ouvrages de références qui vous seront utiles. N'hésitez pas à les consulter.

En guise de conclusion, réfléchissez sur la maxime qui règne derrière la philosophie du groupe Cascades.

«Patience et longueur de temps
valent mieux qu'intelligence et que rage.»

Activité 3.2 De la bonne idée à la bonne affaire

Introduction

L'activité de mise en situation «De la bonne idée à la bonne affaire» vous permettra de prendre connaissance des composantes d'un plan d'affaires et de produire une ébauche de plan d'affaires.

Le mot d'ordre de l'activité: «Pour réussir en affaires, il faut plus que du flair... il faut aussi de la planification.»

Objectifs

Dans le cadre de l'activité 3.2, vous serez appelez à prendre connaissance des composantes d'un plan d'affaires et des démarches nécessaires à sa réalisation, de même qu'à produire l'ébauche d'un plan d'affaires.

Déroulement

D'une durée de 90 minutes, l'activité se déroulera en trois temps :

1. Exercice individuel ou en petits groupes (60 minutes)

Vous pouvez utiliser l'idée d'entreprise que vous avez trouvée durant l'exercice 2.2 ou toute autre idée pour élaborer votre plan d'affaires. Vous recevrez des explications concernant les différentes sections du plan d'affaires.

Les différentes sections du plan d'affaires

Il existe plusieurs modèles de plans d'affaires. Selon les secteurs et les domaines d'activité, ces plans comportent des variantes dans leur présentation. Le modèle présenté ici est simplifié, il comprend néanmoins les éléments habituellement retenus dans le monde des affaires: la description l'entreprise; la présentation des promoteurs; le calendrier; le plan de marketing; les activités de l'entreprise; et les prévisions financières.

On vous demandera de mettre l'accent sur : la description l'entreprise; le plan de marketing; et les activités de l'entreprise et de respecter la consigne au début de chaque section du plan d'affaires.

2. Mise en commun des ébauches de plan d'affaires (25 minutes)

Chaque personne ou équipe présente en trois minutes l'essentiel de son projet. Pourquoi en si peu de temps? Parce que vous aurez peut-être à le faire ainsi un jour devant un banquier.

3. Conclusion (5 minutes)

Plan d'affaires

Description de l'entreprise

(Au total, **15 minutes** seront consacrées aux explications et à l'exercice en petits groupes.)

Vous devez, dans la première section, faire comprendre à toute personne l'essentiel du projet que vous voulez mettre en avant. Doivent s'y trouver exprimés l'idée de départ, la mission et les produits (ou les services) de l'entreprise, le secteur et le domaine d'activité ainsi que les objectifs que vous visez.

D'où vous est venue l'**idée de départ**? Quel besoin mal comblé ou nouveau avez-vous découvert? Décrivez très brièvement, en une phrase, l'idée ou l'observation sur laquelle repose votre projet.

Quelle est la **mission** de l'entreprise? Quelle est la raison d'être de votre entreprise? En deux ou trois phrases, énoncez la «mission» qui doit englober la clientèle à qui s'adresse l'entreprise, le produit (ou le service) et les conditions dans lesquelles le produit (ou le service) sera offert :

Quels sont le **secteur** et le **domaine d'activité** dans lesquels votre entreprise évoluera?

Les renseignements colligés à l'activité 2.1 vous seront d'une grande utilité à cette étape-ci. Il faut donc préciser le **secteur** d'activité (exploitation, fabrication, commerce de gros ou de détail, service) et le **domaine** (restauration, agriculture, tourisme, réparation, aquiculture, etc.) :

Précisez les tendances et le contexte où naîtra et progressera l'entreprise. Est-ce un domaine en expansion? Comment s'annonce l'avenir dans ce secteur?

Quels sont les **objectifs** que vous visez dans votre entreprise?

Vous aurez sans doute une petite organisation, vos objectifs personnels et ceux de l'entreprise coïncideront probablement.

Énumérez vos bjectifs à court terme:

Énumérez vos bjectifs à long terme:

Présentation des promoteurs

(À lire seulement.)

Plusieurs personnes de l'extérieur de l'entreprise sont susceptibles de lire votre plan d'affaires. Entre autres, le banquier sera particulièrement désireux de vous connaître avant d'accorder le financement. Il évaluera vos compétences professionnelles et techniques, vos expériences passées liées au domaine

d'activité, vos aptitudes à gérer une entreprise et, bien sûr, votre situation financière personnelle. Si vous avez des associés, les forces des uns doivent compenser les points faibles des autres.

En outre, le banquier cherchera à connaître les responsabilités de chacun dans l'entreprise. Habituellement, le curriculum vitae et le bilan personnel des promoteurs sont inclus en annexe au plan d'affaires.

Calendrier

(À lire seulement.)

Le calendrier, c'est la description des actions à mener dans le temps. Une bonne planification des grandes étapes à franchir jusqu'au démarrage d'une entreprise avec les dates prévues pour l'exécution démontre le réalisme de l'entrepreneur. Le réalisme est la première qualité d'un calendrier.

Plan de marketing

(Au total, **35 minutes** seront consacrées aux explications et à l'exercice en petits groupes.)

Le plan de marketing comporte deux parties: l'**étude de marché** et le **plan de mise en marché**.

La question suivante est importante: «Existe-t-il un marché pour votre entreprise?» La réussite du projet tient à la désignation de la clientèle qui achètera le produit ou le service. Il faut bien connaître la clientèle visée avant de lancer son entreprise. C'est ce que l'on appelle **l'étude de marché**.

Établissez le mieux possible le profil de la **clientèle potentielle** et ses besoins à satisfaire: sexe, âge, état civil, profession, statut social, revenus, propriétaire ou locataire, situation familiale, particularités ethniques, linguistiques et religieuses, habitudes d'achats. Vous pourriez profiter de l'exercice pour faire un mini-sondage auprès de vos camarades concernant ces données :

Déterminez le territoire géographique de votre marché (quartier, ville, région, etc.) :

Maintenant, la deuxième question: «Y a-t-il des **concurrents** qui offrent le même produit (ou le même service) sur le territoire de vente prévu?» Une analyse de la concurrence en matière de forces et de faiblesses est indispensable.

Nom	Emplacement	Forces	Faiblesses
1.			
2.			
3.			

Précisez ce qui distinguera votre entreprise de la concurrence :

Il s'agit maintenant d'élaborer la **stratégie de mise en marché**. Elle doit viser trois buts: attirer la clientèle, la faire acheter et la faire revenir.

Fixez les caractéristiques de votre produit ou service, établissez le prix de vente, déterminez l'emplacement de votre entreprise et la publicité que vous jugez la plus efficace pour atteindre votre clientèle :

Activités de l'entreprise

(Au total, **10 minutes** seront consacrées aux explications et à l'exercice en petits groupes.)

Selon les particularités de chaque projet, précisez comment vous entendez organiser la fabrication de votre produit ou comment vous exécuterez votre service. On parle ici d'organisation physique (terrain, bâtiment, installation, équipement, etc.) mais aussi de l'engagement du personnel (description de tâches, heures de travail, choix d'employés, salaires, etc.) :

_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Prévisions financières

(À lire seulement.)

La partie sur les prévisions financières est extrêmement importante, tant pour vous que pour l'institution prêteuse. Vous devez être le premier à savoir si votre projet est rentable et si l'entreprise a des possibilités de croissance dans l'avenir. De son côté, l'institution financière, qui prêtera une partie des fonds, tient à vérifier si l'entreprise sera en mesure de rembourser ses dettes.

L'aspect financier dans un plan d'affaires apparaît sous forme :

- de besoins financiers relatifs au démarrage: les montants à débourser pour que l'entreprise soit mise en activité;
- de prévisions de trésorerie: tout argent qui entre (encaissement : revenus de ventes, emprunt effectué, subvention reçue, etc.) et tout argent qui sort (déboursés : salaires, fournisseurs, loyer, remboursement d'emprunt, intérêts, téléphone, etc.);
- d'états des résultats qui indiquent si l'entreprise fait des bénéfices ou est en déficit;
- de bilan prévisionnel qui montre ce dont l'entreprise dispose pour sont fonctionnement (actif) et comment elle se finance (passif et avoir des promoteurs).

Selon les secteurs et les types d'entreprises, ces prévisions financières peuvent englober des périodes d'exploitation allant jusqu'à cinq ans.

En conclusion, une des fonctions fondamentales dans une entreprise déjà en activité, c'est la planification. Planifier doit être une activité quotidienne normale. C'est dans la création d'une nouvelle entreprise que la planification prend un sens particulier.

Un plan d'affaires nécessite une longue préparation et peut paraître laborieux. Toutefois, il faut préciser que la vie utile d'un plan d'affaires continue après l'ouverture des portes de l'entreprise. Il devient alors un outil de gestion.

Activité 3.3 La vidéo Du coeur à l'ouvrage

Introduction

D'une durée de 60 minutes, l'activité 3.3 consiste à visionner la vidéo Du coeur à l'ouvrage. Produite par la Fondation de l'entrepreneurship avec la collaboration d'un grand nombre de partenaires privés et publics, la vidéo est tirée de la série «L'entrepreneurship, voie de l'avenir».

Le but de l'activité est de valider et d'enrichir le cheminement des deux activités précédentes dans lequel les participants se sont engagés.

Objectifs

Vous prendrez connaissance d'expériences variées de démarrage d'entreprises. Vous pourrez vous situer au regard de la démarche globale d'un entrepreneur.

Vidéo Du coeur à l'ouvrage

Cette vidéo fait suite à la première intitulée La passion de bâtir. Elle est aussi basée sur des témoignages et montre de façon structurée les qualités de l'entrepreneur, ses motivations, les étapes de démarrage d'une entreprise, les compétences nécessaires, le style de vie d'un chef d'entreprise et les éléments de base d'une entreprise qui fonctionne bien.

Consignes

Durant le visionnement de la vidéo, notez en quelques mots seulement vos impressions, vos réflexions par rapport aux différentes questions énumérées à la page suivante. Ces notes constitueront votre aide-mémoire au moment de la discussion de groupe.

Aide-mémoire - Vidéo Du coeur à l'ouvrage

Croyez-vous que devenir entrepreneur cela s'apprend?

Quelles sont les aptitudes à acquérir ou à développer pour devenir entrepreneur?

Peut-on devenir entrepreneur sans être riche?

Est-il nécessaire d'investir son propre argent? Pourquoi?

Peut-on être entrepreneur indépendamment du lieu géographique où l'on vit? Quels sont les avantages? Quels sont les inconvénients?

Existe-t-il des ressources, des conseillers pour aider quelqu'un qui veut lancer son entreprise?

Croyez-vous qu'il faut être un «superman» pour devenir entrepreneur?

À quel âge devient-on entrepreneur?

Quelle est la compétence essentielle pour devenir entrepreneur?

Quand on est élève, outre une solide formation, que peut-on tenter d'acquérir qui nous servira une fois entrepreneur?

Être un chef d'entreprise constitue-t-il une vie intéressante? Oui? Non? Pourquoi?

Bloc 4 L'environnement de l'entreprise

Activité 4.1 L'entreprise et son milieu

D'une durée de 90 minutes, l'activité 4.1 a pour but de vous présenter les éléments de l'environnement qui peuvent influer favorablement ou défavorablement sur l'entreprise.

Objectifs

Dans le cadre de l'activité, vous prendrez conscience de l'existence de l'environnement général et de son influence sur la viabilité ou la non-viabilité de l'entreprise; vous comprendrez et apprivoiserez les facteurs de l'environnement externe de l'entreprise; et vous analyserez objectivement les incidences favorables ou défavorables qu'entraîne l'environnement externe de l'entreprise sur celle-ci.

Déroulement

La première partie de l'activité (45 minutes) vous permettra de prendre connaissance des divers éléments de l'environnement général de l'entreprise et de leur influence sur celle-ci. Dans la deuxième partie (25 minutes), vous aurez à accomplir un exercice. Enfin, dans la troisième partie (20 minutes), vous participerez à une séance plénière sur l'exercice effectué précédemment.

L'environnement PESTE

Introduction

Dans toute entreprise, il existe des facteurs internes contrôlables tels les salaires et les conditions de travail, le personnel et les techniques de travail. En contrepartie, il existe aussi des facteurs externes devant lesquels tout entrepreneur est impuissant. Il peut tout au plus être conscient de ces conditions, les analyser et être assez audacieux pour s'en servir à son profit. Ces facteurs, bénéfiques pour les uns, peuvent être tout à fait catastrophiques pour les autres. L'ensemble des facteurs est l'environnement général que l'on désigne par un acronyme facile à retenir « **PESTE** ». Ne craignez rien, cette PESTE n'a pas d'odeur nauséabonde, n'est pas contagieuse et n'est surtout pas une personne insupportable; il s'agit de l'analyser objectivement, de réaliser les incidences favorables ou défavorables qu'elle peut avoir sur l'entreprise existante ou projetée et de contrer les éléments défavorables avec créativité pour le plus grand bien de l'entreprise.

Établissons maintenant ce que signifie PESTE et comment mener judicieusement son analyse avant de mettre sur pied un projet d'entreprise ou de procéder à l'expansion de celle-ci.

Environnement général	
P	politique et juridique
E	économique
S	social et culturel
T	technique et scientifique
E	écologique

Environnement politique

Il est d'une importance vitale pour les dirigeants d'entreprises de se tenir informés des événements politiques qui occupent la scène municipale, provinciale, fédérale ou internationale et qui peuvent influer sur leur entreprise. Un changement de gouvernement, des élections, une insurrection ou une guerre sont autant de facteurs qui peuvent s'avérer négatifs ou positifs.

Pour illustrer cette situation, prenons l'exemple de la compagnie Paramax qui a vu son contrat de vente d'hélicoptères être annulé après l'arrivée au pouvoir des libéraux sur la scène fédérale en 1993. Supposons qu'avant ce changement de gouvernement vous ayez eu l'idée de fonder une entreprise se spécialisant dans la fabrication d'appareils de détection à infrarouge en vue d'approvisionner en sous-traitance un seul client (Paramax), quelles questions auriez-vous dû vous poser avant d'investir une somme importante d'argent?

- Mon secteur d'activité peut-il être sensible à un changement de gouvernement?
- De quelle façon un tel changement toucherait-il l'entreprise?
- Comment s'annonce le futur?

Puisque le dénouement de l'histoire de Paramax est connu, il est facile maintenant de donner les réponses aux questions précitées. Cependant, combien d'entrepreneurs attirés par une occasion d'affaires qui s'offrait à eux n'ont pas suffisamment approfondi leur réflexion et ont subi un échec?

Environnement juridique

Il existe dans notre société des lois et des règlements qui doivent être connus avant l'ouverture d'une entreprise. Leur méconnaissance peut conduire à une faillite avant même la naissance de l'entreprise. Cette situation amènera les personnes en phase de prédémarrage d'entreprise à faire des démarches auprès de la

municipalité où elles comptent s'installer et des gouvernements du Québec et du Canada. À titre d'exemple, voici quelques lois et règlements à examiner.

Règlements municipaux

Les règlements municipaux à prendre en considération portent sur les éléments suivants :

- le zonage;
- les permis et les normes de construction;
- le permis d'exploitation;
- les taxes foncières, scolaires, d'affaires et d'eau;
- les normes d'hygiène et de salubrité.

Les lois du gouvernement du Québec

Pour ce qui est des lois et des règlements provinciaux, il convient de s'informer sur les points suivants :

- l'inscription au Ministère du Revenu du Québec : numéro d'employeur, inscription à la taxe de vente du Québec (TVQ);
- la santé et la sécurité au travail;
- les décrets de convention collective;
- les normes du travail et le salaire minimum;
- les heures et les jours d'ouverture des établissements commerciaux;
- la protection du consommateur;
- la protection du territoire agricole;
- la sécurité dans les édifices publics;
- la Charte de la langue française;
- les compagnies;
- l'impôt;
- la protection de l'environnement.

Les lois du gouvernement du Canada

Quant aux lois et au réglements fédéraux, il faut tenir compte des aspects suivants :

- l'inscription à Revenu Canada : numéro d'employeur, inscription à la taxe sur les produits et les services (TPS);
- l'étiquetage et l'emballage des produits de consommation;
- les brevets d'invention;
- les dessins industriels et les marques de commerce;
- les compagnies;
- l'impôt.

Questions à se poser

- Quels sont les lois et les règlements qui régissent mon secteur d'activité?
- Ces lois et règlements peuvent-ils être contraignants dans l'exploitation de l'entreprise?
- Selon la tendance actuelle, peut-il y avoir des changements dans le futur qui pourraient être favorables ou défavorables à mon entreprise?

Environnement économique

Quoi de plus fragile actuellement que l'équilibre économique de notre pays et de notre province? Les fermetures d'usines et les mises à pied innombrables retardent considérablement la relance économique tant espérée. Aussi un entrepreneur doit-il analyser certains renseignements de nature économique afin de déterminer si le créneau choisi correspond au contexte. Par exemple, on ne peut pratiquement pas espérer faire de bonnes affaires en lançant sur le marché un bien de grand luxe en période de récession. Il est beaucoup plus réaliste de penser à des biens de consommation essentiels tout en prévoyant une évolution du marché à moyen terme. Une multitude de données d'ordre économique sont disponibles auprès de Statistique Canada, du Bureau de la statistique du Québec, des banques, des journaux financiers et économiques, des commissariats industriels et de plusieurs ministères provinciaux ou fédéraux.

En règle général, les principaux facteurs économiques ayant une incidence sur l'environnement sont : la hausse des prix et le taux d'inflation; le taux de chômage; le niveau des salaires; le pouvoir d'achat et les désirs de l'ensemble des consommateurs; la concurrence; les revenus des particuliers et leurs dépenses de consommation courante et leurs habitudes d'épargne, etc.

L'économie d'un pays ou d'un secteur d'activité est soumise capricieusement à des changements et à des influences (modes, tendances, nouveaux besoins) qui doivent être scrupuleusement analysés.

Questions à se poser

- Dans la conjoncture économique actuelle (taux d'intérêt, chômage, besoins du consommateur, libre-échange, etc.), mon entreprise est-elle sensible à ces changements?
- Quelles sont les prévisions et les tendances pour le futur?

Environnement social et culturel

Chaque entreprise qui naît vise une clientèle cible, laquelle est composée de groupes humains qui détiennent le pouvoir d'achat. Il est donc primordial de bien connaître les mœurs, les habitudes de vie et la langue de chaque groupe ciblé. Par exemple, croyez-vous qu'un excellent boucher aurait du succès en affaires s'il établissait une boucherie exclusivement porcine dans une agglomération où 90 p.

100 de la population est de religion juive hassidique? Les chances de succès de ce boucher seraient plus que minces, voire inexistantes puisque les principes religieux hassidiques ne permettent pas de manger de la viande de porc.

Les principaux facteurs socioculturels incontrôlables sont : l'importance de l'esprit de famille; les sentiments religieux; les mœurs et habitudes de vie; les fêtes; les tabous; la langue; la position majoritaire ou minoritaire du groupe culturel; les leaders d'opinion du groupe.

Les renseignements suivants permettent de préciser les influences sociales et culturelles : les données démographiques (âge, sexe, lieu de résidence, etc.) par ville, par région; le degré de scolarisation de la population; le nombre de familles; l'état matrimonial; la langue maternelle.

De plus, certains changements dans les courants sociaux influent de près ou de loin sur les entreprises : le plus grand nombre de femmes sur le marché du travail; l'exode des populations rurales vers les centres urbains; l'éducation obligatoire jusqu'à l'âge de 16 ans; etc.

Nous constatons donc qu'au cours des dernières années il s'est produit des changements sociaux et culturels importants (familles monoparentales ou reconstituées; familles à double revenu; immigration élargie; niveau d'éducation plus élevé; changement de valeurs chez les jeunes, etc.).

Questions à se poser

- Quels sont les changements qui sont susceptibles d'influer sur mon entreprise et de quelle façon?
- Quels sont les changements anticipés pour le futur?
- Les changements démographiques (baisse du taux de natalité, vieillissement de la population et autres) touchent-ils ou toucheront-ils mon entreprise?

Environnement technique et scientifique

L'environnement technique et scientifique représente un autre champ d'influences touchant directement l'entreprise. Inutile ici de mettre l'accent, par exemple, sur les grandes découvertes scientifiques et techniques de la recherche spatiale. Allons plutôt vers les choses simples qui peuvent facilement nous toucher.

Le micro-ordinateur n'a-t-il pas envahi nos demeures, bureaux, usines et commerces de toutes sortes? Il y a d'abord eu la période de résistance au changement, puis l'apprivoisement graduel pour enfin être aujourd'hui ce que nous savons : une technique indispensable et efficace pour les preneurs de décision.

Questions à se poser

- Mon secteur d'activité est-il sujet à une évolution technique rapide?
- Des changements techniques dans d'autres secteurs d'activité pourraient-ils rendre mes techniques désuètes?
- Les techniques dont mon entreprise pourrait avoir besoin en sous-traitance existent-elles dans mon environnement immédiat et quels seraient les conséquences financières ou autres si l'on devait s'approvisionner chez un fournisseur éloigné?

Environnement écologique

L'écologie se préoccupe des relations entre les êtres vivants et leur milieu. Il y a quelques années encore, cette notion était bien la dernière préoccupation des entreprises. L'équilibre en matière d'écologie semblait éternel; or il arrive aujourd'hui qu'il soit compromis et parfois gravement. Devant une telle situation, il est donc normal que l'on accorde de plus en plus d'importance aux répercussions sur le plan écologique dans l'exploitation de certaines activités économiques.

La protection de l'environnement naturel et la qualité de la vie ont une influence sur les entreprises. Voici quelques exemples de points qu'elles doivent maintenant prendre en considération : l'utilisation de contenants réutilisables ou recyclables; la disposition de déchets toxiques; le contrôle des fumées et des déchets issus des usines, etc.

Questions à se poser

- Considérant la nature de mes activités, quelles sont les avantages ou les contraintes que la préoccupation quant aux répercussions sur le plan écologique peut engendrer pour mon entreprise?
- Comment exploiter les avantages ou supprimer les contraintes?

Modèle de grille de travail
Loi 0999JTNY

		Incidences	
		Favorables	Défavorables
P	politique et juridique		
E	économique		
S	social et culturel		
T	technique et scientifique		
E	écologique		

Grille de travail
(À conserver pour votre propre plan d'affaires.)

		Incidences	
		Favorables	Défavorables
P	politique et juridique		
E	économique		
S	social et culturel		
T	technique et scientifique		
E	écologique		

Activité 4.2 Les tendances: le travail à son compte et la création d'entreprises

Introduction

Il y a quelques années, les diplômés de la formation professionnelle et technique comme vous se préparaient à se trouver un emploi stable du côté des grandes entreprises. Ce sont elles qui engageaient.

Depuis ce temps, la mondialisation des marchés et la conjoncture de récession économique ont contraint les entreprises à mener d'importantes restructurations internes et à robotiser leur production ou à fermer leurs portes. Tout cela a produit des pertes nettes d'emplois difficilement récupérables.

Ayant à trouver votre place sur le marché du travail, vous pouvez maintenant considérer le travail à votre compte et la création d'une micro-entreprise comme une voie d'avenir où il est possible de gagner sa vie.

D'une durée de 60 minutes, l'activité 4.2 a justement pour but de vous faire découvrir la place qu'occupent désormais le travail à son compte et la micro-entreprise dans l'économie.

Objectifs

Dans la présente activité, vous prendrez connaissance de la situation actuelle et des tendances prévisibles concernant la micro-entreprise et le travail à son compte. Vous dégagerez les forces et les faiblesses du marché local et vous évaluerez les possibilités de création d'entreprises dans votre champs d'études.

Consignes

Cette activité se déroulera en deux parties. Dans la première, vous lirez avec l'animateur un court texte qui vous informera sur l'entrepreneurship et le travail à son compte au Québec. Vous découvrirez une situation qui vous étonnera!

Dans la deuxième partie, vous rencontrerez une personne-ressource du milieu qui vous présentera la situation du marché là où vous vivez. Pendant son exposé, vous serez invité à noter sur la feuille de travail «Ces entreprises près de nous» les forces et les faiblesses du marché local et les possibilités de création d'entreprises dans votre champs d'études. Ces notes vous serviront durant la période de questions et de discussion.

L'ENVIRONNEMENT DE L'ENTREPRENEUR

I Entrepreneurship et travail à son compte : une voie pour trouver sa place dans l'économie de demain

Les statistiques montrent actuellement que les grandes entreprises ne créent pratiquement plus d'emplois au Québec[1]. De 1978 à 1988 par exemple, la variation nette dans le nombre d'emplois créés par les grandes sociétés québécoises a été de 82 800 pertes d'emplois. Incapables de composer avec un environnement de plus en plus complexe et en perpétuel changement, beaucoup de grandes entreprises sont obligées de rationaliser leurs activités, de limiter leur croissance et, par la même occasion, de faire des mises à pied massives.

Du côté des gouvernements, la situation n'est guère plus encourageante. Paralysés par des dettes astronomiques, les gouvernements n'ont pas d'autre choix que de réduire eux aussi leurs dépenses et de limiter la création d'emplois.

En fait, le moteur de l'économie actuellement, tant au Québec qu'à l'échelle mondiale, est la micro-entreprise[2]. Selon l'Organisation de coopération et de développement économique (OCDE), entre 1979 et 1990, le nombre de personne travaillant à son compte aurait progressé plus rapidement que l'emploi non agricole dans douze des vingt pays pour lesquels l'organisme possède des données[3]. Les pays de l'OCDE comptent actuellement 37 millions de travailleurs indépendants ce qui représente plus de 10 p. 100 de la population active occupée dans la moitié des pays membres de l'OCDE. C'est en Turquie (27,6 p. 100), en Grèce (27,2 p. 100), en Italie (22,3 p. 100), au Portugal (18,5 p. 100) et en Espagne (17,1 p. 100) que se trouvent les proportions les plus élevées.

Au Canada, on estime à plus de 2 millions le nombre de ménages canadiens qui exploitent une entreprise à partir de leur domicile[4], soit près d'un ménage sur quatre. Pour sa part, l'Association des travailleurs et des travailleuses autonomes du Québec estimait, en 1990, à environ 400 000 le nombre de travailleurs indépendants dans la province.

En fait, en 1990, 99,4 p. 100 des entreprises au Québec étaient des PME. Ces entreprises, outre qu'elles employaient un peu plus de 43 p. 100 du total de la main-d'oeuvre québécoise, ont généré 47 p. 100 de l'ensemble des revenus des sociétés du Québec. Plus intéressant encore, entre 1979 et 1989, elles ont été pratiquement les seules à créer de nouveaux emplois au Québec : les petites entreprises de moins de 50 employés ont, en effet, créé 81 p. 100 de tous les nouveaux emplois.

Établies dans toutes les régions du Québec, les PME sont plus innovatrices que les grandes entreprises et réussissent à mieux s'adapter aux changements et aux variations de leur environnement.

Partout à travers le monde, un nombre impressionnant de personnes, beaucoup d'anciens salariés mais aussi énormément de jeunes et de personnes défavorisées, voient donc dans l'entrepreneurship un moyen efficace, souvent le seul, pour trouver leur place dans l'économie de demain. Il n'est donc pas surprenant de voir émerger dans ce contexte une multitude de programmes de soutien technique et financier pour encadrer la démarche des personnes qui veulent démarrer une entreprise.

Au Québec, par exemple, le ministère de l'Éducation a lancé récemment une nouvelle attestation de spécialisation professionnelle en «Lancement d'une entreprise» pour les personnes qui ont une formation professionnelle du secondaire. Le Ministère s'est en effet rendu compte qu'entre 25 et 33 p. 100 des nouvelles entreprises québécoises étaient créées par des entrepreneurs qui ont justement ce genre de formation. Or, beaucoup de ces nouvelles entreprises (entre 50 et 80 p. 100), faute d'encadrement en ce qui concerne la gestion, n'arrivaient pas à franchir le cap des cinq années d'existence.

II Secteurs prometteurs à l'aube de l'an 2 000

Certains diront, avec raison d'ailleurs, que c'est bien de partir une entreprise, de se lancer en affaires, mais encore faut-il avoir au départ une idée qui réponde aux besoins des gens sur le marché. Sans épiloguer longuement sur les différents moyens qui existent pour aider les entrepreneurs potentiels à chercher et à découvrir une idée d'entreprise, on peut tout de même exprimer trois brefs commentaires.

D'abord, des études ont montré qu'il existe plusieurs barrières qui nuisent profondément à la créativité. Ces barrières sont d'avoir, au départ, une attitude générale négative, de vouloir à tout prix se conformer aux règles préalablement établies, de se laisser influencer par les suppositions et les ouï-dire, d'avoir peur de l'échec, d'être stressé de façon excessive et de croire que l'on n'est pas une personne créative.

Ensuite, par l'introspection et en se posant les bonnes questions, on peut en arriver à mettre en évidence une idée d'entreprise qui réponde à notre propre profil d'entrepreneur tout en satisfaisant à un besoin dans le marché[5]. (Comme vous l'avez fait dans l'activité 2.2 : «Comment trouver une idée d'entreprise».)

Soulignons enfin que, selon la revue *INC. Magazine*, deux des cinq principales sources d'où proviennent les idées des entrepreneurs sont les magazines (1er rang) et les ouvrages spécialisés (5e rang)[6]. Il est à noter, à ce sujet, qu'au Québec il existe plusieurs journaux et revues d'affaires spécialisés ainsi que des répertoires et des banques de données qui permettent d'avoir un accès rapide à une foule de renseignements pertinents sur les brevets d'invention, les études sectorielles, les importations, le commerce de marchandises, etc.

Par ailleurs, en ce qui a trait aux secteurs d'activités, un article paru récemment dans la revue PME a désigné les secteurs les plus prometteurs et ceux en perte de vitesse pour les personnes qui désirent se lancer en affaires[7]. Ainsi, les secteurs d'avenir sont les suivants :

- l'équipement et les télécommunications;
- l'électronique;
- le développement de logiciels spécialisés;
- les aliments santé et les aliments sous vide;
- les boutiques d'alimentation spécialisées;
- les services conseil en génie industriel pour la PME;
- les services conseil financiers;
- la recherche médicale;
- les produits pharmaceutiques;
- le matériel de transport urbain sur rail;
- le matériel aéronautique;
- le développement de nouvelles formes d'énergie;
- le recyclage;
- les services de nettoyage de l'environnement;
- l'industrie du jardinage;
- la vente de plantes de bureau;
- le franchisage;
- l'immobilier pour le troisième âge;
- la publicité, la promotion et le marketing pour une clientèle ethnique;
- les services d'entretien ménager à domicile;
- les cours de yoga;
- la vente d'appareils de conditionnement physique à domicile;
- les clubs de golf;
- les centres de ski alpin;
- la vente de baignoires à remous.

Quant aux secteurs en perte de vitesse, ce sont :

- la fabrication de meubles, à l'exception des meubles de bureau;
- le textile et les vêtements;
- les produits chimiques non biodégradables;
- le tabac;
- l'équipement nautique de luxe;
- l'emballage;
- l'imprimerie;
- le commerce de la fourrure;
- l'immobilier de luxe du type condos;
- les classes d'aérobie;
- les clubs multisports.

Conclusion

Ainsi, les remarques qui précèdent permettent de tirer deux conclusions particulièrement intéressantes. Premièrement, les conditions du marché font en sorte que maintenant, plus que jamais, le temps est propice aux personnes qui désirent démarrer une entreprise. En effet, il existe actuellement une multitude de ressources techniques et financières mises à la disposition des entrepreneurs pour les aider à réaliser leur projet d'affaires. Deuxièmement, compte tenu des changements importants qui se produisent sur le plan démographique, technique et socio-économique, la société québécoise regorge d'occasions d'affaires inexploitées. Il n'en tient qu'aux entrepreneurs potentiels d'en tirer parti!

Notes

1. GOUVERNEMENT DU QUÉBEC, MINISTÈRE DE L'INDUSTRIE, DU COMMERCE ET DE LA TECHNOLOGIE. *Les PME au Québec : état de la situation en 1990*, Québec, Publications du Ministère de l'Industrie du Commerce et de la Technologie, 1991.

2. Pour les besoins de la cause et sans entrer dans les détails techniques, par définition, un travailleur indépendant est une personne qui crée son propre emploi et qui devient son propre patron. Elle devient indépendante. Une micro-entreprise pour sa part est une entreprise de très petite taille qui emploie généralement moins de cinq employés et qui réalise un chiffre d'affaires annuel inférieur à un million de dollars. Enfin, on peut dire qu'une PME est une entreprise qui emploie entre 5 et 500 employés et qui réalise un chiffre d'affaires supérieur à un millon de dollars par année.

3. OCDE. *Perspectives de l'emploi*, Paris, juillet 1992.

4. B. ORSER et M. Foster. *L'entreprise à domicile : les Canadiens et le travail à domicile*, Publications du Canada, février 1992.

5. Sylvie LAFERTÉ. *Comment tTouver son Idée d'Entreprise, découvrez les bons filons*, 2e édition, Les éditions Transcontinental inc. et Fondation de l'entrepreneurship, Montréal et Charlesbourg, 1993.

6. INC Magazine, mai 1992.

7. D BÉDARD. et C. Bellazzi. «Des pistes pour l'an 2 000», *PME*, février 1991, p. 14-22.

Feuille de travail

Ces entreprises près de nous Analyse du marché selon les secteurs économiques dans le territoire de :			
Question / secteurs :	**primaire**	**secondaire**	**tertiaire**
Avez-vous noté une ou deux faiblesses dans l'un ou l'autre des secteurs économiques?			
Avez-vous noté une ou deux forces dans l'un ou l'autre des secteurs économiques?			
Avez-vous découvert quelques possibilités de création d'entreprises dans votre champs d'études?			

Activité 4.3 L'aide aux personnes qui veulent créer une entreprise

Introduction

Démarrer une entreprise, c'est prendre une décision personnelle de se lancer dans une aventure qui comporte des risques. Il faut le dire. Par ailleurs, ce ne sont ni le gouvernement ni les organismes d'aide qui assumeront les risques dans l'aventure, mais bien l'entrepreneur. Il est donc normal d'affirmer que l'entrepreneur fait une démarche individuelle.

Cependant, les entrepreneurs qui réussissent confirment aussi que les différents réseaux d'aide et d'affaires qu'ils consultent ou utilisent contribuent à leur succès. Il appartient à ceux qui demeurent méfiants et qui craignent, par exemple, de se faire «voler leur idée», de doser la part de crainte qui peut être justifiée et celle qui l'est moins.

En 60 minutes, l'activité 4.3 vous permettra de découvrir l'existence et l'importance des réseaux d'affaires, des réseaux d'organismes de développement économique et des services gouvernementaux qui offrent conseils, entraide, formation et, bien sûr, financement.

Objectif

Vous connaîtrez les ressources humaines, techniques et financières qui sont disponibles près de chez vous pour vous aider à lancer un jour votre entreprise.

Consignes

Différents modes de fonctionnement ont été proposés à l'animateur pour mener à bien cette activité. Suivez les consignes. Quel que soit le mode retenu, vous serez invité à utiliser le document qui figure à la page suivante.

Aide-mémoire

Collecte d'information sur les ressources du milieu		
Les besoins	**Les ressources**	**Les formes de services**
Aide technique	**Service d'aide aux**	
	jeunes entrepreneurs	
	(SAJE)	
	Centre d'aide aux	
	entreprises (CAE)	
Formation	**Commission scolaire**	
	Cégep	
Financement		
Autres		

Bloc 5 Activité de synthèse

Activité 5.1 Synthèse

Introduction

Les activités de sensibilisation à l'entrepreneurship touchent à leur terme. Il importe maintenant de regarder le chemin parcouru et de faire le point. Chacun d'entre vous a entreprise sa démarche sûrement avec des objectifs très personnels. Il est donc normal que vous accomplissiez l'activité de synthèse selon votre propre point de vue, de façon avant tout individuelle.

Que vous deveniez ou non entrepreneur, il est à espérer que vous avez, chacun, trouvé des bénéfices, un enrichissement dans ce que vous venez de vivre.

Objectif

L'activité 5.1, d'une durée de 60 minutes, a pour objectif de vous permettre d'évaluer la démarche de sensibilisation à l'entrepreneurship et les résultats que vous en avez personnellement retirés.

Consignes

Pour chacun des blocs, il y aura un moment pendant lequel vous noterez vos réflexions personnelles dans votre journal de bord et une autre où vous serez invité à témoigner de votre expérience.

Bloc 1 Des entrepreneurs

Qu'est-ce qui vous a frappé dans le premier bloc d'activités?

Vous vous êtes peut-être identifié à un modèle parmi les entrepreneurs que vous avez observés. Qu'est-ce qui retient votre attention chez cette personne?

Avant de voir la vidéo La passion de bâtir et de rencontrer un entrepreneur, vous aviez une image plus ou moins précise de l'entrepreneur. Maintenant, comment percevez-vous l'entrepreneur?

Bloc 2 Des domaines... et des idées

Qu'est-ce qui vous a frappé dans le deuxième bloc d'activités?

Vous avez analysé votre champs d'études sous l'angle de l'entrepreneurship et vous avez fait une démarche pour trouver une idée d'entreprise...

Que ferez-vous différemment à partir de maintenant?

Comment tout cela peut-il vous servir plus tard?

Bloc 3 Moi... Entrepreneur?

Qu'est-ce qui vous a frappé dans le troisième bloc d'activités?

Quelles qualités entrepreneuriales avez-vous décelées chez vous?

En quoi l'idée d'entreprise que vous avez explorée vous ressemble-t-elle?

Quelles sont les qualités et les attitudes qu'il faut démontrer dans la vie, quel que soit son travail?

Bloc 4 L'environnement de l'entreprise

Qu'est-ce qui vous a frappé dans le quatrième bloc d'activités?

Selon vous, quels seraient les obstacles que vous auriez à traverser au moment de créer votre propre emploi ou de lancer votre petite entreprise? Comment pourriez-vous les franchir?

Dans toutes ces activités, qu'avez-vous appris de nouveau concernant votre milieu?

_____

_____

_____

_____

En un mot, qu'est-ce qui vous a le plus frappé dans toutes les activités : _____

BONNE CHANCE À TOUS!

Partons à l'aventure et à la découverte de *l'entrepreneurship!*

Plus d'un demi-million de Québécois et de Québécoises l'ont fait!... Pourquoi pas vous? Le travail à son compte, l'entrepreneurship et la création de son propre emploi sont maintenant de plus en plus souvent choisis comme une voie vers l'autonomie financière.

Les activités de sensibilisation à l'entrepreneurship ont pour objectif de vous présenter de nouvelles formes de travail tant dans votre champ d'études que dans les autres secteurs d'activités. Elles vous permettront aussi de vérifier votre intérêt pour une carrière d'entrepreneur ou d'entrepreneure, de rencontrer des gens qui se sont lancés en affaires et de prendre connaissance de l'aide et des services offerts aux futurs chefs d'entreprise.

Partez dès maintenant à la découverte de l'entrepreneurship!

17-9924-2

Gouvernement du Québec
Ministère
de l'Éducation